

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ОБЛАСТНОЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи

Есаулова Кира Сергеевна

Представления людей разного возраста о социальной смелости в реальном
общении и интернет-коммуникации

Специальность 19.00.05-
«Социальная психология»

Диссертация на соискание ученой степени кандидата
психологических наук

Научный руководитель:
кандидат психологических наук, доцент
АЛЛА ВАСИЛЬЕВНА ПОГОДИНА

Москва – 2017

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1. Теоретические и методологические аспекты проблемы социальной смелости	14
1.1. Представления о понятии социальной смелости в работах отечественных и зарубежных исследователей.....	14
1.2. Особенности формирования социальной смелости личности в процессе социализации	26
1.3. Место социальной смелости в структуре личности	39
Глава 2. Интернет-коммуникация и социальные сети как новая среда общения и фактор формирования социальной смелости	51
2.1. Специфика современной информационной среды и ее компонентов.....	51
2.2. Интернет-коммуникация и социальные сети как новая среда общения	54
2.3. Специфика использования социальных сетей и интернет-коммуникации в различных возрастных и гендерных группах.....	65
2.4. Модель проявления социальной смелости в интернет-коммуникации\.....	69
Глава 3. Эмпирическое исследование особенностей представлений разных возрастных групп о социальной смелости и социально смелой личности в различных контекстах общения.....	73
3.1. Описание программы эмпирического исследования	73
3.1.1. Описание выборки и процедуры эмпирического исследования.....	73
3.1.2. Методы и методики эмпирического исследования.....	75
3.2. Описание результатов анкетирования участников интернет-коммуникаций	77
3.3. Анализ результатов исследования представлений о понятии социальной смелости в различных возрастных группах	91
3.3.1. Анализ результатов исследования представлений о понятии «социальная смелость в реальном общении» в различных возрастных группах	93
3.3.2. Анализ результатов исследования представлений о понятии «социальная смелость в интернет-коммуникации» в различных возрастных группах	101
3.3.3. Сравнительный анализ результатов исследования представлений различных возрастных групп о понятии «социальная смелость» в реальном общении и в интернет-коммуникации.....	110

3.4. Анализ результатов исследования возрастных особенностей представлений о социально смелой личности в различных контекстах общения	112
3.4.1. Анализ возрастных особенностей представлений о социально смелой личности в контексте реального общения	113
3.4.2. Анализ возрастных особенностей в представлениях о социально смелой личности в интернет-коммуникации	124
3.4.3. Анализ внутригрупповых особенностей представлений о социально смелой личности в различных контекстах общения	131
3.5 Общие выводы по результатам эмпирического исследования	142
Заключение	147
Приложения	174

Введение

Актуальность исследования. Социальная ситуация в современном обществе характеризуется высокой степенью экономической, политической, социально-психологической неопределенности и предполагает наличие у личности смелости в принятии решений, способности к риску, опоры на собственные силы. Кроме того, значительно усложняются условия социализации личности. Так, в сфере общения появляются новые коммуникационные контексты, обусловленные включением в повседневную жизнь людей сети Интернет и интернет-коммуникаций. Современные люди рассматривают Интернет как среду, предоставляющую разнообразные возможности не только для поиска информации, решения профессиональных вопросов, но и для общения и установления новых контактов.

Понятие социальной смелости является достаточно новой категорией. Эту категорию в психологическую науку ввел Р.Б. Кеттелл, как один из факторов в группе коммуникационных характеристик личности. Социальная смелость как самостоятельная психологическая категория только сейчас начинает анализироваться и изучаться как на эмпирическом, так и на теоретическом уровне.

В условиях усложняющейся коммуникации важно понять, как проявляется социальная смелость не только в реальном общении, но и в новых условиях построения коммуникации, например, в рамках интернет-коммуникации. В последнее десятилетие отмечается бурный рост и развитие информационных технологий. Возрастает роль Интернета как канала коммуникации, посредством которого происходит как личное, так и деловое общение. Многие социальные процессы находят свое отражение в виртуальном пространстве, взаимодействие индивидов в Интернете происходит чуть ли не чаще, чем в реальности (общение в социальных сетях, на форумах, личная и деловая переписка по электронной почте и т.д.). Как канал коммуникации, Интернет имеет множество преимуществ, среди

которых - оперативность, информативность, доступность, возможность оставаться анонимным.

В процессе социализации личность усваивает определенные нормы и правила взаимодействия с другими социальными объектами. Процесс взаимодействия социальных объектов имеет сложную структуру и зависит от многих факторов, в том числе и от уровня социальной смелости, который показывает, насколько личность готова к тем или иным социальным взаимодействиям, несмотря на наличие у нее определенных социальных страхов. Однако в Интернет-пространстве личности проще проявлять свою социальную активность, потому что меняется и уровень ее социальной смелости, так как многие социальные страхи снимаются благодаря особенностям Интернета как канала коммуникации.

Таким образом, нам видится актуальной проблема исследования представлений о социальной смелости в различных контекстах общения, изучение механизмов ее формирования и влияния возрастных и социально-психологических характеристик на содержание представлений о понятии социальной смелости. Рассмотрение данной проблемы в Интернет-коммуникации поможет понять, каким образом возможно повысить уровень социальной смелости личности не только в информационной среде, но и в реальной жизни.

Таким образом, актуальность предлагаемой проблематики исследования обусловлена:

- недостаточным уровнем изучения понятия социальной смелости как на эмпирическом, так и на теоретическом уровне;
- необходимостью понимания семантического содержания понятия социальной смелости в представлениях людей разных возрастных и социальных групп;
- перспективностью исследования представлений о социальной смелости у разных возрастных групп в различных контекстах общения.

Степень научной разработанности проблемы

Изучению социальной смелости посвящали свои работы такие авторы, как К.К. Платонов, А. Бандура, М. Смелзер, Дж. Мид, Т. Шибутани, Б.Ф. Ломов, Г.М. Андреева, К.К. Платонов, В. К. Калинин, Е.П. Ильин, В.В. Знаков, Г.В. Ожиганова, К.А. Абульханова-Славская.

Социальную смелость как один из факторов коммуникативной группы свойств личности исследовал Р.Б. Кеттелл.

И. Божович, А.В. Брушлинский, К.А. Абульханова рассматривали в своих трудах понятие социальной активности.

Процесс социализации исследовали такие ученые, как Т. Парсонс, Р. Мертон (социализация как адаптация), Г. Олпорт, А. Маслоу, К. Роджерс, Э. Фромм (гуманистический подход), П. Бергер, Т. Лукман (феноменологический подход), Дж. Мид, Ч. Кули (интеракционистский подход), Л.В. Занков, В.В. Давыдов, Д.Б. Эльконин (теория развивающего обучения), В.И. Байденко, Г.Э. Белицкая, Л.Н. Боголюбов, В.А. Болотов, И.А. Зимняя, И.Л. Галямина (компетентностный подход).

Рассмотрением структуры личности в деятельностном подходе Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн и др. Компоненты личности в рамках различных психологических школ рассматривали Б.Г. Ананьев, И.В. Дубровина, А.Н. Леонтьев, Б.Ф. Ломов, А.Г. Асмолов, М.Н. Берулава, Л.В. Лидак, Д.С. Лихачев (аксиологический подход), Г.А. Берулава, А.В. Брушлинский, Е.А. Климов, И.Н. Семенов.

Процессы коммуникации исследовали К. Ховланд, И. Джанис и Г. Келли (модель убеждающей коммуникации). Модели коммуникации разрабатывали П. Лазерсфельд, Г.Д. Лассуэлл, У. Шрамм, Т. Ньюкомб, Т.М. Дридзе, М. Маклюэн, У. Липпманн, А. Моль.

Социально-психологические характеристики коммуникации в различных аспектах рассматривались такими учеными, как В. Вундт, Э. Дюркгейм, Г. Лебон, Т. Парсонс, К. Поппер, С. Сигеле, Т. Тард, В. Франкл, З. Фрейд, Э. Фромм, К. Юнг, Б.А. Грушин, П.С. Гуревич, А.К. Уледов, М.Я. Шахзадеян и др.

Интернет как канал коммуникации с присущими ему особенностями рассматривали Г.Л. Акопов, Ю.Д. Бабаева, О.В. Смыслова, А.В. Минаков, А.Е. Войскунский, С. М. Галкин, И.В. Успенский, В.И. Аршинов, М.Б. Бергельсон, Е. Н. Галичкина, Б.Ю. Городецкий, Е.И. Горошко, В.Е. Иванов.

Проблему интернета как нового ресурса для развития личности, рассматривали Белинская Е.П., Солдатова Г.В., Войскунский А.Е., Т.А. Нестик, Е.И. Рассказова.

Объект исследования – социальная смелость как социально-психологическое понятие.

Предмет исследования – представления разных возрастных групп о социальной смелости и социально смелой личности в контексте реального общения и в интернет-коммуникации.

В качестве **основной гипотезы** было выдвинуто предположение о том, что эмоционально-смысловые представления респондентов разных возрастов о социальной смелости и социально смелой личности, проявляющихся в различных контекстах общения (реальное общение и интернет-коммуникация), будут достаточно близкими по факторной структуре и семантической наполненности. Вместе с тем представления об этих понятиях будут иметь возрастную специфику на уровне отдельных семантических характеристик.

В качестве **частных гипотез** исследования были выдвинуты следующие предположения:

1. Семантическое содержание представлений людей о социальной смелости и социально смелой личности в контексте реального общения будет отличаться от содержания представлений об этих категориях в контексте интернет-коммуникации.

2. Существуют значимые возрастные различия в представлениях людей о социальной смелости и социально смелой личности в различных контекстах общения.

Целью исследования является определение особенностей представлений разных возрастных групп о социальной смелости и социально смелой личности в различных контекстах общения.

Указанные цель, предмет и гипотезы исследования обусловили постановку следующих **задач**:

1. Провести обзор и анализ научной литературы по проблеме социальной смелости и социально смелой личности, а также по проблемам коммуникации и взаимодействия людей в различных контекстах общения.
2. Разработать и реализовать сравнительное исследование представлений респондентов о социальной смелости и социально смелой личности в зависимости от контекста общения (реальное общение и интернет-коммуникация) внутри определенной возрастной группы.
3. Провести сравнительный анализ особенностей представлений респондентов о социальной смелости и социально смелой личности разных возрастных групп.
4. Выявить характер возрастных внутригрупповых и межгрупповых различий в семантическом содержании понятий социальная смелость и социально смелая личность в различных контекстах общения.

Теоретико-методологическая основа исследования построена на общеметодологических принципах единства сознания и деятельности, системности, развития разума и сознания, разработанных и обоснованных в трудах Б.Г. Ананьева, Д.Н. Узнадзе, Л.С. Выготского, В.Н. Мясищева, А.Н. Леонтьева, С.Л. Рубинштейна и других исследователей. Теоретико-методологической базой исследования послужили: положения социальной и возрастной психологии (Г.М. Андреева, В.В. Знаков, Г.В. Ожиганова, К.А. Абульханова-Славская.), теории коммуникации (К. Ховланда, П. Лазерсфельда, Г.Д. Лассуэлла, М. Маклюэна, У. Липпманна, У. Шрамма).

Непосредственной теоретико-методологической базой исследования послужили: при анализе понятия социальной смелости мы опирались на работы

К.К. Платонов, В. К. Калинин, Е.П. Ильин, А. Бандура, В.В. Знаков, Г.В. Ожиганова, К.А. Абульханова-Славская.

Рассматривая социализацию как процесс адаптации личности к условиям жизни в социуме, мы использовали научные работы Т. Парсонса, Р. Мертона, И.С. Кона, Г. Олпорта, Л. Фестингера, К. Роджерса, Ч. Кули, Л.В. Занкова, Д.Б. Эльконина, Б.Д. Парыгина. Л.Г. Гусликовой и др.

При анализе структуры личности с точки зрения различных подходов мы опирались на труды таких авторов, как Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн, Б.Г. Ананьев, А.Н. Леонтьев, Л.И. Божович, В.А. Ядов, Г.Ю. Айзенк, В.М. Бехтерев, В.Н.Мясищев, К. Роджерса, Т.Шибутани, Дж.Брунера, Ч. Осгуда.

При рассмотрении социальных представлений опирались на научные работы А.В. Булгакова, Московичи С., Милграм С.

При анализе Интернета как канала коммуникации нами использовались труды К. Ховланда, У. Шрамма, П. Лазерсфельда, Г.Д. Лассуэлла, М. Маклюэна, У. Липпманна, Л. Фестингера, Ч. Осгуда, Б.А. Грушина, Л. Альтюссера, Бориснева С. В., О.В. Славинской, А.Бриггз, П.Колби, В.М.Березина, Белинской Е.П., Солдатова Г.В., Войскунского А.Е., Т.А. Нестик, Е.И. Рассказова и других.

В работе использовался следующий комплекс **методов**:

1. Методы сбора теоретической информации: анализ, обобщение, систематизация имеющихся в психологической литературе научных представлений по проблеме социальной смелости и социально смелой личности.

2. Методы сбора эмпирической информации: для определения уровня и основных видов интернет-активности респондентов использовался анкетный опрос; для выявления уровня социальной смелости и личной ответственности использовались соответственно 16-факторный личностный опросник Р. Кеттелла (фактор Н) и методика диагностики уровня субъективного контроля (Дж. Роттер); с целью изучения семантического содержания категорий социальной смелости и социально смелой личности применялись методики семантического дифференциала (Ч. Осгуд) и личностного дифференциала.

3. Методы обработки результатов исследования: качественные методы анализа, методы математической статистики (описательная статистика, критерий Стьюдента).

Характеристика выборки. Выборку испытуемых составили люди, зарегистрированные в различных социальных сетях, проживающие в Москве и Московской области. Общее количество респондентов, принявших участие в исследовании, составило 240 человек.

По возрастным характеристикам респонденты были распределены по следующим группам:

- 1 возрастная группа (от 19 до 35 лет) – 80 человек;
- 2 возрастная группа (от 36 до 55 лет) – 80 человек;
- 3 возрастная группа (от 56 до 70 лет) – 80 человек.

Научная новизна диссертационной работы:

– впервые проведено эмпирическое исследование семантического содержания категорий социальной смелости и социально смелой личности в различных контекстах общения (реальное общение и интернет-коммуникация) в представлениях респондентов разных возрастных групп;

– выявлена, с одной стороны, однородность и согласованность представлений людей разного возраста о социальной смелости и социально смелой личности в различных контекстах общения; с другой стороны, установлена возрастная специфика представлений в каждой возрастной группе.

Теоретическая значимость исследования заключается в том, что на основе анализа выявлена структура социальной смелости и описаны ее компоненты, а также представлена теоретическая модель проявления социальной смелости в различных контекстах общения.

Полученные результаты дополняют теорию концепции социального познания и теорию коммуникации, объясняя личностные детерминанты проявления социальной смелости в реальном общении и интернет-коммуникации.

Практическая значимость исследования заключается в том, что результаты исследования могут быть использованы в работе социальных

организаций с целью повышения включенности людей разных возрастов в социальное взаимодействие, при разработке программ массовых мероприятий с информационной поддержкой в сетевом сообществе, а также создании содержательного новостного интернет-контента интерактивного характера.

Кроме того, выявленные в исследовании факты могут использоваться при разработке лекционных и практических занятий по социальной психологии, возрастной психологии, психологии общения, социальным коммуникациям.

Надежность и достоверность результатов исследования обеспечена последовательной реализацией методологических позиций, теоретической и методической проработанностью проблемы, адекватностью программы эмпирического исследования заявленной теме, репрезентативностью выборки, использованием взаимодополняющих методических средств, комплексным анализом различных методов организации исследования, сбора, интерпретации результатов, статистическими методами обработки данных, согласованностью результатов проведенного эмпирического исследования и теоретической концепции.

Положения, выносимые на защиту:

1. Социальная смелость рассматривается как социально-психологическое понятие, которое имеет сложную структуру, включающую в себя такие элементы, как социальный интеллект, уверенность в себе, способность к риску, неконформность в социальных ситуациях. Социальная смелость формируется в процессе социализации личности под воздействием различных факторов, одним из которых является общение и взаимодействие личности с другими людьми и группами.

2. В эмоционально-смысловых представлениях респондентов разных возрастных групп о социальной смелости и социально смелой личности в различных контекстах общения обнаружилось сходное толкование структуры этих категорий и их семантического содержания.

3. В представлениях респондентов, независимо от возраста, социальная смелость и социально смелая личность в контексте реального общения имеют

более высокую семантическую значимость и позитивную семантическую направленность, являются более «сильными» и «привлекательными» категориями, чем в контексте интернет-коммуникации.

4. Имеют место значимые внутригрупповые различия в представлении респондентами одной возрастной группы социальной смелости и социально смелой личности в зависимости от контекста общения. В каждой возрастной группе происходит значимое снижение факторов «силы» и «привлекательности» и повышение фактора «активности» как в представлениях о социальной смелости, так и в семантической модели социально смелой личности, проявляющихся в интернет-среде.

5. Обнаружилось, что между молодыми и пожилыми респондентами больше сходства в оценках социальной смелости и социально смелой личности в контексте реального общения, чем между респондентами среднего и пожилого возраста. Однако в семантике представлений этих категорий в интернет-коммуникации группы респондентов молодого и среднего возраста сближаются, в то время как группа пожилых респондентов представляет собой отдельный кластер с более низкими показателями по всем факторам, чем у респондентов двух других возрастных групп.

6. Имеют место значимые возрастные различия в семантическом содержании категорий «социальная смелость» и «социально смелая личность» в разных контекстах общения, которые заключаются в том, что понижение или повышение того или иного фактора в структуре представлений происходит за счет определенных для каждой возрастной группы шкал семантического дифференциала.

Апробация результатов исследования

Материалы диссертационного исследования обсуждались на заседаниях кафедры психологии управления факультета социальной психологии ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет».

Основные результаты диссертационного исследования были представлены на следующих научных мероприятиях: конференция «Реформы России и проблемы

управления 2011 г» в Государственном университете управления; конференция «Реформы России и проблемы управления 2012 г» в Государственном университете управления; II Ежегодная студенческая научно-практическая конференция памяти М.Ю. Кондратьева «Социальная психология: вопросы теории и практики» в ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет». 10 -12 мая 2017 г.; XXVI международная научная конференция «Тенденции развития науки и образования, часть 2» в Самаре 31 мая 2017 г.; Вторая Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Социальная психология в образовательном пространстве» в ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет» 24 – 25 октября 2017 г.

Основные положения и результаты проведенного исследования использовались в учебных курсах бакалавриата: «Развития личности и группы в организации», «Корпоративная культура», «Социально-психологические аспекты рекламы и маркетинга», а также в учебных курсах магистратуры: «Актуальные психологические проблемы современного общества» и «Коучинг и индивидуальное консультирование» на кафедре психологии управления факультета социальной психологии ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет».

Структура диссертационной работы включает введение, три главы, заключение, список использованной литературы и приложения. Список использованной литературы состоит из 230 наименований, из них 50 источников на иностранном языке. Объем работы составляет 184 страниц машинописного текста, иллюстрированного 18 таблицами и 15 рисунками. В приложениях представлены опросные листы, а также результаты обработки данных эмпирического исследования.

Глава 1. Теоретические и методологические аспекты проблемы социальной смелости

1.1. Представления о понятии социальной смелости в работах отечественных и зарубежных исследователей

Для понимания термина «социальная смелость» необходимо четко определиться с пониманием ключевого понятия «смелость». К. К. Платонов считал основополагающим понятием бесстрашие, выделяя следующие его формы: храбрость, отважность, смелость [120]. По мнению К.К. Платонова, смелый человек – это тот, который выполняет данные ему задания, зная об их опасности. Храбрый человек переживает сильное возбуждение, храбрость носит острый эмоциональный характер и связана с упоением опасностью. Храбрый человек испытывает удовольствие от опасности, она ему нравится. Достигая общественно значимой цели, человек проявляет отвагу. Чувство долга может вытеснять страх и порождать отвагу. Но при этом, эти виды проявления смелости отражают различные состояния личности и стремления достичь определенной цели, а не личностные особенности человека.

Смелость связана с такими нравственными качествами, как принципиальность, мужество, самообладание, стойкость, инициативность. Наша нравственная оценка самых смелых поступков зависит от их конкретного значения для общества, то есть их социального содержания. Эти поступки оцениваются положительно, когда направлены на справедливые, высокоморальные, гуманные цели. Смелые поступки, не связанные с социально одобряемым поведением, могут восприниматься как проявление показного фрондерства, отчаяния, анархистского бунтарства, бравады, авантюризма или даже нигилизма.

Калин В. К. под смелостью понимает, способность при возникновении какой-либо реально опасной ситуации, как для жизни человека, его карьеры, здоровья или престижа, сохранять определенную стабильность организации психических функций, которое выражается в отсутствии снижения качества деятельности [69]. Из этого определения следует, что смелость проявляется в сохранении качества деятельности при возникновении опасности, тогда важно понять, что является противоположностью смелости, что может изменять деятельность человека в опасной ситуации.

Противоположностью проявления смелости, выступает трусость. Трусость по своей природе является отрицательным моральным качеством человека, которое проявляется в малодушие и неспособности человека совершить определенные поступки, которые соответствуют моральным требованиям, так как человек не может справиться с чувством страха перед возникшими силами социального или природного характера.

Исходя из этого, можно заключить, что каждый человек неизбежно обязан стараться преодолеть чувство страха, если человек не способен преодолеть страх, это становится проблемой, а общество часто воспринимает это, как нежелание преодолеть страх. Часто человек, который может справиться с данной ситуацией, видя неспособность другого ее преодолеть, воспринимает другого человека негативно, он считает, что человек может преодолеть этот страх, но не хочет этого делать. В некоторых случаях трусливость действительно может выступать проявлением расчетливости, когда человек понимает, что определенное поведение может навлечь на него неблагоприятные последствия, в данном случае, ему проще сказать, что ему страшно или он не может с этим справиться. Но неспособность преодолеть страх, может являться и подсознательным выражением стихийного страха перед неведомым [68].

В определении трусости Ильин Е.П. ссылается на «Словарь по этике» [136], критикуя такое одностороннее понимания трусости. Нельзя рассматривать трусость как социально отрицательное явление, а проявление смелости – как героический подвиг. Трусость отражает поведение человека, когда он не может

совершить поступки, которые соответствуют морально-нравственным требованиям общества, из-за неспособности преодолеть чувство страха перед силами природы и общества.

Гидлевский А.В. указывает, что эгоисты более трусливы, чем альтруисты. Но в своем поведении эгоисты часто ведут себя нагло, при этом со стороны это может быть воспринято, как храбрость, хотя ими движет алчность. Эгоисты, часто ведет себя агрессивно, стараясь защитить себя, то есть, проявляя трусость, хотя внешне такое поведение может наоборот восприниматься, как смелость [36].

Ильин Е.П. в своей работе «Эмоции и чувства» дает следующее определение страха – «это эмоциональное состояние, отражающее защитную биологическую реакцию человека или животного при переживании ими реальной или мнимой опасности для их здоровья и благополучия» [67, с.146].

Страх является определенной биологической реакцией организма, которая возникает при оценке человеком происходящей или предстоящей ситуации как опасной для него, для его престижа, здоровья, являясь эмоциональным отражением желания избежать опасность [120]. Страх должен возникать у любого нормального человека при ситуации, которая объективно или субъективно является опасной; поэтому бесстрашных людей, в истинном значении этого слова, быть не может, проявление бесстрашия противоречит биологической природе человека. В опасной ситуации человек может активировать защитные механизмы. Защитные механизмы – это совокупность бессознательных механизмов, которые обеспечивают психологическую защиту личности при столкновении с фрустраторами. Они необходимы, чтобы обеспечить целостность личности, которая сталкивается с проблемной ситуацией. Разрешение проблемной ситуации предусматривает или разрешение самой проблемы, или изменение личности, которая будет смотреть на эту проблему уже несколько иначе [30].

Смелый человек – это тот, кто, зная, что впереди опасность, все равно идет на нее, несмотря на чувство страха. Суть смелости не в бесстрашии как полном отсутствии страха, не в отсутствии страха идти на определенный риск, а в умении человека контролировать свое поведение, несмотря на чувство страха. Уровень

проявляемой смелости становится тем выше, чем меньшее дезорганизирующее влияние страх оказывает на человека [143].

Смелость состоит не в отсутствии страха у человека, а в его способности управлять своими действиями, собой, поступками даже при наличии у него страха.

Состояние страха типично для человека, в опасных или новых для него ситуациях, часто механизм появления страха является условно-рефлекторным, в результате того, что человек ранее испытал боль или быть участником неприятной ситуации, проявление страха может быть и инстинктивным [66].

Обычно источники основных опасений возникают в детстве, в рамках которого могут формироваться основные убеждения, в том числе, страх неудачи, неспособности что-то сделать. В детстве наши возможности невелики, уверенность в своих силах мала, но этот период жизни является самым важным в формировании убеждений.

Когда у нас нет всей необходимой информации, мы можем чувствовать неуверенность в результатах наших действий. Невежество заставляет нас бояться изменений, бояться неизвестного, бояться попробовать что-то новое или другое. Верно и обратное. Сбор большего количества информации об интересующей теме делает нас увереннее в себе и смелее.

Общая уверенность в себе представляет собой позитивную оценку собственных навыков и способностей и очень близка по смыслу концепту общей самооффективности Альберта Бандуры [185].

В ряде исследований Альберт Бандура доказал, что одной из причин нарушения поведения может быть недостаточность и отсутствие веры в эффективность действий личности. Самоэффективность – это убеждение личности в том, что в какой-либо сложной ситуации человек может продемонстрировать удачное эффективное поведение. Можно сказать о том, что вера в эффективность фактически означает высокую оценку личностью своей поведенческой компетенции в конкретной ситуации.

Из этого получается, что возможность того, что человек в конкретной ситуации может достичь успеха, зависит не только от его непосредственной компетенции, но и от целой совокупности факторов. Для психологического здоровья личности важны, в первую очередь, не столько объективные результаты его деятельности, сколько интерпретация каждой отдельной личностью и ожидания положительных результатов деятельности. А для того, чтобы эти действия совершить, человек должен обладать смелостью для совершения данного поступка, из этого вытекает, что самоэффективность человека также зависит от уровня его смелости.

Бандура сделал предположение, что когнитивная по природе самоэффективность влияет на моторное поведение. Например, человек, попадая в стрессовую ситуацию, будет или не будет делать попытки овладеть ею, насколько его попытки будут интенсивны и насколько долго он будет сохранять такое поведение. Каждый человек имеет определенные ожидания относительно себя и своего поведения, поэтому самоэффективность, выступая отношением человека к себе, является таким фактором ожидания, относительно себя и своего поведения.

В своих работах А. Бандура выделяет две концепции ожиданий:

- ожидание эффективности (efficacyexpectation). Это оценка того, в какой степени человек в состоянии демонстрировать такое поведение, чтобы получить определенный желаемый результат.

- ожидание результатов (outcomeexpectation). Это оценка человеком того, что его определенное поведение, может привести к определенным результатам [186].

Различие этих концепций ожиданий состоит в том, что человек может считать, что какая-либо реакция может привести или, скорее всего, приведет к определенному желаемому результату, но не верит, что данная личность сама в состоянии совершить данное поведение.

Человек в конкретных социальных ситуациях может проявлять определенную смелость, то есть не бояться совершить определенное действие,

способен вступить в контакт с другими людьми, при этом испытывая определенное чувство страха.

В.В. Знаков давая характеристику субъекта как духовного существа, отмечает его стремление к самосовершенствованию, выходу на новые уровни, к достижению определенных идеалов, саморазвитию [62].

В понимании Г.В. Ожигановой, способность к саморазвитию, соотносится с духовными стилями жизни и духовными способностями, т.к. включает не только процесс углубленного самоосознавания и самопознания, но и активное эмоционально-волевое самоуправление. С ее точки зрения, духовные способности, включая способность к саморазвитию, открывают для личности более широкие возможности самосовершенствования, приближая к зрелости и ощущению себя не только субъектом развития, но и субъектом жизни [110].

Постоянная незавершенность – это типичная черта психологической организации каждой личности – одно из внутренних условий ее способности к безграничному и постоянному развитию [13].

Интересной представляется идея о сопоставлении двух качественно отличающихся процессов: изменения и развития. Человек в процессе жизнедеятельности «выступает как изменяемое ими и как изменяющее их существо, которое само меняется в процессе их изменения» [3, с. 210]. К.А. Абульханова - Славская указывает на необходимость анализа движения личности в ее жизнедеятельности, для раскрытия определенной специфики развития личности в отличие от простого его изменения. И смелость как раз и выступает той детерминантной, влияющей на развитие личности через процесс ее социализации. Страх может приводить к отказу от деятельности или ухудшению качества деятельности, поэтому человеку важно уметь преодолеть страх, проявляя смелость, чтобы изменять себя и выстраивать контакты с окружающей средой [4].

Основной средой обитания человека выступает общество. Поэтому для человека важно научиться проявлять смелость в обществе, т.е. проявлять социальную смелость. Сталкиваясь с другими людьми, взаимодействуя с ними, человек часто испытывает стресс, что может сказываться на эффективности его

деятельности, а часто приводит к отказу от той или иной активности [74]. Часто стресс мешает адаптироваться человеку в новых для него условиях, человек поддается панике и не может проявить смелость в социальных контактах [150]. Ряд ученых указывают на то, что стресс может в целом менять направленность деятельности человека. Человек в стрессовой ситуации может поступать необдуманно и даже алогично, что со стороны может быть интерпретировано неверно [158]. Особенно стрессовые ситуации могут оказывать воздействие на поведение подростков, так как процесс становления их личности не завершен, и они в большей степени подвержены влиянию различных стрессоров [164].

Грязнова Т.В. в своей работе указывает, что социальная смелость выступает неким интегральным механизмом готовности к социальному риску. В ситуациях риска проявляется в активизации социального взаимодействия, прогностического анализа возникающей ситуации и повышении одновременно мотивации к достижению успеха и мотивации избегания возможных неудач [43].

Грязнова Т.В. в своем определении указывает, что социальная смелость есть готовность к социальному риску. Под социальным риском понимается *поведение социального субъекта в неясной, неопределенной социальной обстановке, когда допускается неблагоприятное разрешение какой-либо социальной ситуации*. [43, 124].

Из этого следует, что социальную смелость мы проявляем в рискованной социальной ситуации. Непосредственным проявлением смелости является то, что зная о возможной неудачи или опасности мы все равно готовы пойти на риск. Получается, что если ситуация является для нас знакомой и привычной, социальную смелость мы не проявляем, так как данная ситуация не является социально-рискованной.

Социальная смелость включается в себя следующие компоненты:

- социальный интеллект;
- уверенность в себе;
- способность к риску [43].

Макаревич А. в своей работе связывает социальную смелость с социальной активностью, указывая на то, что социальная смелость - это один из компонентов социальной активности, и обозначая, что другими компонентами выступают уверенность в себе и инициативность в социальных контактах. Социальная активность проявляет себя в стремлении человека совершать те или иные действия, не быть пассивным во взаимоотношении с обществом, искать возможные пути взаимодействия [91].

Л.С. Кошкарлова, Л.П. Ярулина дают следующее определение понятия «социальная смелость» - «мы определяем как интегративный механизм, включающий социальный интеллект, уверенность в себе, способность рисковать и проявляющийся в ситуациях активного социального взаимодействия, в повышении одновременно мотивации к достижению успеха и ответственности за свои неудачи» [79, с.56].

Важно понять, что понимается под социальным интеллектом в психологии. Данную категорию в психологию ввел Э. Торндайк в 1920 году для обозначения «дальновидности в межличностных отношениях». Большой вклад в рассмотрение данной категории внес Г. Оллпорт, который описал это понятие в своей работе 1937 года [182]. Г.Оллпорт указывал, что социальный интеллект – это «особый «социальный дар», обеспечивающий гладкость в отношениях с людьми, продуктом которого является социальное приспособление, а не глубина понимания» [111].

Г. Оллпорт отмечал, что такой «социальный дар» исключительно важен во многих профессиональных областях и особенно там, где требуется сочетание сложных, подчас противоречивых функций [97].

По мнению Д. В. Ушакова «Социальный интеллект – это способность к познанию социальных явлений, которая составляет один из компонентов социальных умений и компетентности, но не исчерпывает их» [152, с.15].

Социальный интеллект, по утверждению Д.В. Ушаков, обладает рядом следующих характерных структурных особенностей:

- «континуальным характером,

- использованием невербальной репрезентации,
- потерей точного социального оценивания при вербализации,
- формированием в процессе социального научения,
- использованием «внутреннего» опыта» [152, с. 17].

По мнению Б.Г. Ушакова «Социальный интеллект – способность человека адекватно понимать свое поведение и соответственно реагировать на поведение других людей в малой группе, организации и обществе в целом» [151, с. 152].

По мнению Куницыной В.Н., «Социальный интеллект – глобальная способность, возникающая на базе комплекса интеллектуальных, личностных, коммуникативных и поведенческих черт, включая уровень энергетической обеспеченности процессов саморегуляции; эти черты обуславливают прогнозирование развития межличностных ситуаций, интерпретацию информации и поведения, готовность к социальному взаимодействию и принятию решений» [86, с. 410].

Исходя из рассмотренных нами взглядов, можно сделать следующий вывод: *социальный интеллект – это способность человека правильно понимать поведение других людей.*

Следующим компонентом социальной смелости выступает уверенность в себе. *Уверенность в себе – это спокойное осознание своей силы и своих возможностей, это черта характера человека, которая помогает ставить и достигать реальных целей, это способ взаимодействия с окружающим миром.* Уверенность в себе - это важная черта характера, которая в немалой степени обеспечивает внутреннюю гармонию и способствует достижению успехов в жизни.

Уверенность в себе проявляется на интеллектуальном, волевом и эмоциональном уровне. Уверенность в себе может перерасти в самоуверенность, когда человек нейтрализует возможность наступления последствий, переоценивает свои способности и силы, и чересчур эмоционально реагирует на определенные обстоятельства [38].

Существует прямая взаимосвязь между уровнем социального интеллекта и уверенностью в себе. Если человек адекватно оценивает свои способности и силы, и правильно понимает поведение других, это обеспечивает устойчивое и безопасное взаимодействие с окружающим миром. Когда человек видит, что другой ведет себя агрессивно, даже если силы самого человека превосходят силы агрессора, при условии, что его поведение не угрожает самому человеку или людям, которые имеют с ним эмоционально-дружеские связи, он не будет проявлять агрессию к нему. Так как он может понять поведение другого и правильно оценить ситуацию, оценивая необходимость его вмешательства в этот процесс [39].

Еще одним компонентом является способность к риску. *Способность к риску – это личностные качества индивида, связанные с такими чертами характера, как независимость, склонность доминировать, импульсивность, желание достичь успеха.* Это способность человека принимать нестандартные (рискованные) решения, не бояться потерять существующие материальные (духовные) блага ради чего-то большего.

Сегодня можно выделить два основных вида способности к риску, которые отличаются по видам проявления:

1. Первый тип – склонность к мотивированному риску. В этом случае человек действует исходя из ситуации (по обстоятельствам). Он полностью осознает положение вещей, потенциальные риски, цели и настойчиво идет к решению поставленной задачи. Итогом такого риска является получение какой-либо выгоды – одобрения коллег, похвалы близкого человека, рост по карьерной лестнице, денежное вознаграждение и так далее.

2. Второй тип – склонность к немотивированному риску. Такой риск имеет другую природу. Здесь задача человека – не приспособиться к опасности и получить конкретную выгоду, а устранить, противодействовать ей. Благодаря такому качеству человек может намного быстрее раскрыть свой потенциал, добиться больших успехов, сдвинуть существующие ограничения и страхи.

Социальная смелость – это противоположность социальным страхам, наличие у человека уверенности в себе и воли к риску. Социальная смелость выражена в позитивном эмоциональном фоне, который сопровождает любые, в том числе и новые социальные контакты. Ключевым элементом проявления социальной смелости является воля. Поэтому важно уточнить данное понятие.

С. Л. Рубинштейн в своей работе указывает: «действия, регулируемые осознанной целью и отношением к ней как к мотиву – это и есть волевые действия» [130, с.487].

У. Джеймс в работе «Воля к вере», дает такое понимание воли: «Основная работа воли, если это кратко выразить, заключается в том, что, будучи наиболее «произвольной» (voluntary), она направляет внимание на трудный объект и помогает не упустить его из виду» [50, с.370]. Получается, что именно воля способствует поддержанию нашего выбора достаточно долго, чтобы задуманное нами могло осуществиться.

Волевой акт характеризуется тем, что он всегда связан с определенными усилиями, с принятием какого-либо решения, направленного на их реализацию. Воля часто связана с борьбой мотивов. Волевое решение часто принимается в условиях борьбы, конкуренции разнонаправленных влечений, при условии, что они практически равны и ни одно не может победить без принятия волевого решения. Проявление воли часто связано с самоограничением, когда человек может сдерживать достаточно сильные влечения, подчиняя их более значимым. На высших уровнях проявления воли, человек может руководствоваться духовными целями, нравственными ценностями, идеалами, своими убеждениями [63, 122, 144, 76].

Существуют определенные волевые особенности личности, которые поддаются психологической диагностики [165]. Поэтому мы можем заметить, что у разных людей разная степень проявления воли, что может оказывать влияние на проявление социальной смелости.

Воля тесно связана с принятием решения, многие ученые считают принятие решения, этапом волевого акта. Принятие решения выступает стартовым

элементом построения программы действий, которое базируется на исходной информации и опыте, которые позволяют смоделировать способы достижения цели и выстроить концептуальную модель действия [132, 128].

В.А. Иванников указывает на то, что основным механизмом волевой регуляции является изменение или создание дополнительного смысла действия [65]. Воля тесно связана со смысловыми сферами личности, что непосредственно определяет возможность принятия того или иного решения.

Получается, что *социальная смелость – это смелость в социальных контактах, не конформность в социальных ситуациях, социальный интеллект и воля к осуществлению социального взаимодействия, способность преодолеть страх, сохраняя эффективность деятельности.*

Исходя из этого, социально смелому человеку должно быть свойственно неконформное поведение. С. Аш определял *конформизм* как «отказ индивида от дорогих и значимых для него взглядов ради того, чтобы оптимизировать процесс адаптации к группе, а отнюдь не любое выравнивание мнений» [183, с.441]. Если человек демонстрирует обратное поведение, т.е. он имеет достаточно смелости, чтобы отстаивать свои взгляды, мы говорим о неконформном поведении, а как следствие - о наличии у человека социальной смелости.

Важной является и проблема идентичности, для человека важным является выбор между Я-приобретаемым, и Я созданным путем стараний и усилий человека [59]. Идентичность позволяет человеку разделить себя и окружающий мир, соотнести разные Я, и обрести себя [51]. Человек стремится к балансу, во многом при помощи саморегуляции. Он находит компромисс между внешним и внутренним, он старается адаптироваться к окружающему миру, сохраняя свою индивидуальность.

Подводя итог, можно сделать следующие выводы. Человек часто попадает в ситуации, которые вызывают у него чувство страха, чувство страха является естественным, он не может его не испытывать, но он может его преодолеть. Смелость проявляется в том, что человек способен преодолеть чувство страха. Когда человек взаимодействует с обществом, то попадает в различные

социальные ситуации, которые могут служить фрустраторами и вызывать у него чувство страха. Опираясь на наличие социального интеллекта, уверенности в себе, воли, готовности к социальной активности, человек может преодолеть чувство страха и совершить социальное действие, обеспечивая должную его эффективность, в этом и проявляется социальная смелость.

Часто человек испытывает определенные сложности при знакомстве с новыми людьми, нам сложно попросить помощи у незнакомого человека, вступить с ним в контакт. Получается, что в обществе человек часто сталкивается с ситуациями, которые требуют от него проявления социальной смелости. Постоянно возникают фрустрирующие социальные ситуации, которые требуют от человека преодоление страха. В следующем разделе мы более подробно рассмотрим особенности формирования социальной смелости в процессе социализации.

1.2. Особенности формирования социальной смелости личности в процессе социализации

Одно из первых определений социализации было дано в середине XX века американским социологом Т. Парсоном, он утверждал, что социализация есть общественная форма восприятия индивидом необходимой для процесса адаптации в среде социальной информации.

Проблеме социализации посвящено много трудов, как отечественных, так и западных исследователей, эту проблему рассматривали Н. Смелзер [137], Р. Мертон [98], П. Лазарсфельд [87], Э. Дюркгейм [52].

Социальная психология рассматривает процесс социализации как усвоение индивидом социальных навыков, умений, социального опыта в результате непосредственного воздействия со стороны ближайшего окружения [113].

Так, известный ученый И.С. Кон понимает под социализацией процесс, при котором индивид усваивает социальный опыт, а его итогом является создание конкретной личности [77].

Б.Д. Парыгин дает несколько другое определение процесса социализации: «Процесс социализации – вхождение в социальную среду, приспособление к ней, освоение определенных ролей и функций, которое вслед за своими предшественниками повторяет каждый отдельный индивид на протяжении всей истории своего формирования и развития» [116, с.124].

По мнению исследователя С.А. Кузьмина, социализация представляет собой процесс филогенетического развития психосоциальных свойств и качеств индивида, при котором общество оказывает воздействие на индивида. Как следствие происходит становление и развитие личности в качестве активного субъекта деятельности, обладающего определенными мировоззренческими установками, социальной направленностью, ценностными ориентациями, что позволяет ему эффективно взаимодействовать с социумом [82].

Г.М. Андреева понимает социализацию как единый активный процесс, включающий воспроизводство индивидом социальных отношений [9]. «Социализация – это двусторонний процесс, включающий в себя, с одной стороны, усвоение индивидом социального опыта путем вхождения в социальную среду, систему социальных связей, с другой стороны, процесс активного воспроизводства системы социальных связей индивидом за счет его активной деятельности, активного включения в социальную среду» [8, с.338].

Л.С. Яковлев считает, что человек осваивает социальное пространство в процессе своей социализации всю человеческую жизнь. Дитя усваивает инвайронментальный контекст окружающей реальности прежде, чем у него возникает возможность индивидуальной рефлексии [179].

В теории социального научения (А. Бандура, Дж. Маккоби, Л. Мартин) утверждается, что индивид склонен следовать и подчиняться людям, которых он воспринимает из-за выполняемых ими функций как носителей образцов социального поведения, как «социальные модели» [185]. Человек переносит на

себя их образцы поведения и перенимает эти модели, как некие эталонные, стремясь подчинить свое поведение их социальным требованиям.

В своей статье Кузьменко Н.И. указывает на возрастание роли социализации в процессе обучения в школе. В современных условиях складывается необходимость сотрудничества триады «педагог – дети – родители». Важно выстроить систему общения, где каждый элемент направляет другой, но не подавляет его, а дает возможность выбрать определенный вектор развития [80].

Опираясь на рассмотренные определения, под социализацией мы понимаем *процесс усвоения человеком социальных ценностей, навыков, знаний, умений, приобретение социального опыта, обеспечивающих его вхождение в общество и способствующих эффективному взаимодействию с ним.*

В процессе социализации могут возникать феномены, которые оказывают влияние на протекание этого процесса, такими феноменами могут выступать психологические барьеры. Таким барьером в процессе социализации подростка, могут выступать страхи. Страх, являясь самой сильной и опасной эмоцией, может оказать сильное воздействие на личность человека, заложить в нем неуверенность, подавить смелость и изменить вектор развития личности. Чем выше уровень страха, тем более негативное воздействие он оказывает на личность. Но страх оказывает не только отрицательное воздействие на личность, он может нести и положительную роль, например, ограждая человека от чрезмерного риска [112].

Социализация близко связана с понятием адаптация. В некоторых работах социологов и психологов, эти понятия рассматриваются как тождественные или близкие друг другу, поэтому важно понять, как эти понятия соотносятся. «Социальная адаптация – один из социально-психологических механизмов социализации личности, которая влияет на ее становление и социальное развитие» [82, с.12].

«Адаптация социально-психологическая – это взаимодействие личности и социальной среды, которая приводит к оптимальному соотношению целей и ценностей личности и группы» [81, с.6].

Л.Г. Гусликова рассматривает в своих работах социальную адаптацию как «процесс активного приспособления индивида к условиям социальной среды; вид взаимодействия личности или социальной группы с социальной средой» [46, с.8].

Получается, что социальная адаптация выступает фактором единства социальной среды и человека. Человек попадая в новые для себя социальные ситуации, адаптируется к ним, и данный процесс протекает двойственно: есть факторы, влияющие на процесс адаптации, и адаптация выступает фактором, влияющим на процесс социализации личности. Если процесс социализации человека прошел успешно, то это фактически означает, что он адаптирован к обществу, его уровень саморазвития настолько высок, что он может эффективно взаимодействовать с обществом и способен противостоять его негативному воздействию через проявление смелости при социальных контактах. Важно понимать, что адаптация – это не пассивный процесс приспособления, а способность наладить контакт с обществом, это указывает на то, что человек в процессе социализации приобрел необходимые знания и навыки, которые повышают адаптивные свойства личности. Получается, что для того, чтобы эффективно взаимодействовать с обществом, человек должен иметь соответствующие знания и умения, учиться взаимодействовать с окружающими его людьми [162, 153, 40, 41].

Г. Блумер, развивая идеи Дж. Г. Мида, ставит перед собой проблему исследования массового общества. Человек входит в социальную среду, в социальные связи и взаимодействия, усваивая социальный опыт, но при этом в процессе социализации человек сам создает систему социальных связей и взаимодействий, активно воздействуя на эту среду [25, 100]. В процессе социализации человек не только обогащается и становится всесторонне развитой личностью, но и оказывает воздействие на общество, реализуя себя, оказывая влияние на других людей, создавая определенные социальные ситуации. Но для

того, чтобы осуществить это влияние, человек должен обладать высокой степенью социальной смелости. Но это тоже двоякий процесс, где социализация является важным аспектом формирования социальной смелости личности.

Социализация - это сложный и многогранный процесс. Выделяют два уровня социализации: первичную и вторичную. Первичная социализация проходит во взаимодействии с первичным социальным окружением, вторичная социализация связана с взаимодействием с большими социальными группами и протекает, как правило, опосредованно. Процесс социализации во многом определяет, каким образом человек будет взаимодействовать с обществом, важно, что будет заложено в каждую конкретную личность. Для нас важно понять, как социальная смелость формируется в процессе социализации, какие институты и агенты социализации при этом могут оказывать влияние, на какой стадии социализации и в какой форме происходит это формирование.

Рассмотрим развитие личности человека, для того чтобы более полно понять значение социализации для возникновения и развития социальной смелости у личности. Институты социализации обеспечивают процесс социализации, к ним относятся: семья, школа, церковь, трудовой коллектив. Рассмотрим, как конкретные институты и агенты социализации могут оказать влияние на формирование социальной смелости.

- Семья. Семья для ребенка – миниатюрная модель общества, которая дает представление об иерархии, разделении ролей, нормах общения, социальных статусах, ценностях, культурных и моральных нормах. Формирование образа «Я» ребенка зависит от: стиля поведения родителей (авторитарный или либеральный), отношений между родителями, отсутствия одного из родителей, работы матери и ее статуса, размеров семьи, старшинства среди детей (первый ребенок в авторитарной семье более конформный, в либеральной - более независимый).

Ребенок должен всегда ощущать свое принятие в семье, что он принят не потому, что он хороший, а потому, что он - ребенок этой семьи. Родители часто подавляют ребенка, навязывая ему свое мнение, ограничивая его активность, подавляя в нем деятеля. Родители часто ограничивают социальные контакты

ребенка, вводя систему шкал «хороший – плохой», тем самым обозначая, с кем ребенок может контактировать, а с кем нет [172].

В младенчестве вырабатываются стереотипные движения. Сходство между тем, как мать нянчит своего ребенка и религией - преодоление разобщенности. В религии нумерозный элемент - важнейший, у человека - один из элементов – надежда, возникает из взаимодействия с матерью, впоследствии подкрепляется другими ритуалами. Ребенок, испытывая потребность в безопасности, ищет помощи со стороны матери, именно она закладывает в ребенке чувство уверенности и фундамент будущей смелости, а главное надежду, которая позже подкрепляется другими институтами социализации.

В раннем возрасте ребенок учится тому, что надо сдерживать, а что - проявлять. Ребенок должен научиться сам следить за собой. Взрослый должен осуждать поступок, а не самого ребенка. Впервые возникает свободная воля ребенка. Взрослые - судьи, они сравнивают ребенка с каким-то отрицательным персонажем - формируется отрицательная идентичность, каким он не должен быть, если этим персонажем является другой человек - закладываются предрассудки против других людей. Ритуализация уменьшает амбивалентность ситуации, помогает ребенку стать таким, каким должно. Социальный институт, решающий, каким человеку должно быть - суд. Социальное окружение может подавить в ребенке стремление к проявлению смелости не только на уровне смелых поступков, но и при взаимодействии с другими людьми [171].

В игре ребенок сам создает ритуалы, применяет на себя разные роли, в том числе и взрослых, помогающие ему преодолеть чувство вины, пережить и избавиться от него. Это невозможно в индивидуальной игре - необходимо игровое общение. Тут наиболее важное значение, как раз и приобретает проявление смелости и социальной смелости, как частного явления. Ребенок стремится, взаимодействуя с другими, добиться права высказывать свои мысли, иметь свое мнение, быть смелым.

- Школа. Представляет ребенку новые ценности (достижения, интеллектуального развития), новые соц. роли, сравнение себя с другими,

возможность судить о мотивах поступков других, развитие способности категоризации, оценка своего прошлого опыта, сравнение ценностей семьи и школы.

Как только ребенок идет в школу, он усваивает новые социальные роли, меняется его уклад жизни, появляются новые социальные связи и взаимодействия. Его основной деятельностью становится учение [56].

В школе ребенок должен отказаться от субъективных желаний и познать общее для всех - формальные правила. Стремление к смелости у ребенка подавляется, формируются определенные образцы поведения и необходимость им следовать [34].

Сегодняшние младшие школьники воспитываются в принципиально новых условиях формирования личности:

1. нынешние дети проживают в нечетко ограниченном информационном социальном пространстве, испытывая влияние Интернета, телевидения и компьютерных игр, которое нередко перекрывает воздействие учителей, родителей, воспитателей [154];
2. снятие многих табу в виртуальных информационных сферах сопровождается падением доверия к ребенку со стороны взрослых: школьника не включают в процесс решения реальных проблем семьи, местного сообщества, государства, что искажает детскую социализацию [107];
3. ослабление связи между детьми и взрослыми, между разновозрастными детьми изолируют детство, способствуя примитивизации сознания детей, росту их агрессивности, жестокости и грубости, в действительности скрывающих страх, одиночество и неуверенность [83];
4. конфликт между присвоением ребенком знаний и ценностей в школе и вне ее меняет самосознание и миропонимание детей, формируя

эклектичное мировоззрение и потребительское отношение к жизни [170].

Понимая перечисленные трудности, учителя начальной школы самостоятельно ищут пути реализации прописанных в новом стандарте образовательных целей. Организуя кружковую и клубную работу, проводя экскурсии и взаимодействуя с разными организациями, применяя альтернативные учебные программы и педагогические технологии на уроке, во внеурочной и внешкольной деятельности, в проектной и коллективной творческой деятельности, учителя обеспечивают социализацию учащихся фрагментарно и зачастую непоследовательно. В итоге социализация детей получается разрозненной, игнорируется культурная, речевая, экономическая, политическая, семейная, половая социализация школьников в противовес поведенческой [48].

В сложившихся условиях необходимо учитывать потребности и возрастные особенности учащихся школы. Школьники нуждаются в успешном общении, которое пронизывает учебную деятельность в школе и взаимодействие вне ее, изоляция детских субкультур друг от друга и от взрослых способствует нарастанию конфликтности в школьной среде.

Неотъемлемой частью учебы должна оставаться игра, а сама учеба - поначалу опираться на безотметочную систему. Социализации способствует сохранение психогигиены детства (организация физкультурных пауз, совместных прогулок и досуга), проведение психологических тренингов и игр, это позволяет развивать деятельные навыки и способствовать формированию социальной смелости школьников [60].

Суждения и поступки учителя и родных младших школьников являются источниками нравственности, которые дети самостоятельно принимают через собственную деятельность, однако прививаемые ценности должны быть понимаемы (узнаваемы и знаемы) и принимаемы ребенком. Необходимо формировать у ребенка социальный интеллект, что во много определит его успешность в социальных контактах в дальнейшем [6].

Психика ребенка очень неустойчива, поэтому социальная ответственность учителей очень велика, ребенку сложнее контролировать свои эмоции. Эмоциональные всплески могут привести к негативным последствиям и повлиять на развитие ребенка [167].

Абраменкова В.В. отмечала, что на социальное положение ребенка в коллективе могут оказывать влияние как объективные факторы (воспитание в семье, взаимоотношения в школе среди сверстников, оценивание успехов и неудач учителем), и субъективные (самооценка, уровень тревожности, уровень притязания, чувство принадлежности к данному коллективу) [1, с. 123].

- Церковь - сочетание сиюминутных ценностей и общечеловеческих (соотносится с менталитетом каждого народа). Религиозность формируется, как результат вовлечения человека во взаимодействие с религиозными личностями и институтом религии вообще. Церковь как институт социализации скорее подавляет в человеке смелое начало, формируя в человеке систему запретов и табу.

Ритуализации стихийно и самостоятельно вырабатываются подростками. Они отделяют себя от взрослых и от детей. Общество стремится помочь им через обряды инициации, конфирмации, посвящения. Стать взрослым - это не только освоить современные технологии, но и найти свое место в социальной группе - формирование мировоззрения, добавляется идеологический элемент. На этом этапе наиболее важно, чтобы подросток обрел уверенность и допускал проявление смелости, как норму. Войдя во взрослый возраст человек, обретает для себя совершенно новый статус – статус работника. Но процесс социализации продолжается и на данном этапе. Во много успешность человека в деловом взаимодействии будет зависеть от его социальной смелости, которая сформировалась на предыдущих этапах социализации.

- Трудовой коллектив. Способствует формированию нового виденья и значения преобразовательной деятельности. Трудовой коллектив выступает сложной формой социальной кооперации людей, будучи формальной группой, трудовой коллектив предусматривает возникновение внутри себя многообразных

неформальных групп, в которых человек взаимодействует с коллегами по работе и образует дружеские и иные связи. В трудовом коллективе социальная смелость скорее проявляется, чем формируется, поэтому приоритетное значение имеет воздействие первичных агентов социализации.

Становление личности ребенка во многом зависит от агентов социализации, его развитие, взгляды, нравственные идеалы, во многом, являются проекцией его социального окружения и контактов [2]. Для ребенка важно понимать, что взрослые в своем поведении воспроизводят определенные образцы, часть этих образцов возможны для воспроизведения ребенком, но часть этих образцов, возможно, будет моделировать только будучи взрослым, поэтому у ребенка часто возникает проблема с чувством социальной справедливости [44].

Т. Парсонс считал, что социализация немыслима без взаимодействия подростка с важнейшими институтами социализации, которые закладывают в нем определенные модели поведения и социальные нормы. Тем самым формируется ядро социальной системы, а за счет ожидаемого и нормативного поведения обеспечивается его устойчивость и стабильность [114, 214].

На основании рассмотренных подходов к проблеме формирования социальной смелости в процессе социализации, мы представили модель этого двойственного влияния (см. рисунок 1.1).

В представленной модели рассматривается процесс формирования социальной смелости. По сути, социальная смелость развивается в непрерывной взаимосвязи личности и общества. Так, в процессе социализации, которая может происходить только в социуме, формируется личность (общество влияет на личность через процесс социализации). В свою очередь, личность взаимодействует с социумом при наличии социальной смелости (обратный процесс), более того, в некоторых моментах это может быть не простое взаимодействие, а даже влияние личности на социум (если говорить об участии личности в каких-либо социальных акциях и т.д.). Можно сказать, что степень взаимодействия личности с социумом зависит от уровня социальной смелости.



Рисунок 1.1 - Модель формирования социальной смелости

Если у личности социальная смелость находится на низком уровне, то такая личность будет испытывать трудности при взаимодействии с другими людьми, будет опасаться вступления в контакт, а в крайних случаях может вообще вести максимально закрытый образ жизни, сведя взаимодействие с другими людьми к минимуму. Чем выше уровень социальной смелости (то есть готовности к социальным контактам, с обязательным условием ориентации на себя и свои действия), тем больше и разнообразнее взаимодействие личности с социумом. Личности, имеющие очень высокий уровень социальной смелости, готовы оказывать влияние на общество, например, становятся членами социальных движений или организуют новые движения, активно участвуют в различных мероприятиях, имеющих социальную значимость, и т.д. Таким образом, в модели отражено непрерывное взаимодействие личности и социума через процессы социализации и формирования социальной смелости.

В процессе социализации детей и подростков большое значение имеет получение и усвоение опыта предыдущих поколений. Ребенок получает необходимые в рамках данной культуры знания: представления о системе ценностей общества, обычаях поведения и общения, проходит определенную

профессиональную подготовку (передача информации из поколения в поколение или диахронный тип передачи информации). Юноша или девушка включаются в общество. Взрослый человек должен остаться в обществе, проявить себя его достойным членом. Большой роль здесь играет общение, взаимодействие в ходе хозяйственно-календарных циклов и пр., т.е. основная нагрузка лежит на связях, в том числе информационных, со всем обществом – передача информации в обществе на данном этапе, в данный момент существования (синхронный тип передачи информации).

Для нас важно понять, как социализация влияет на формирование компонентов социальной смелости: социальный интеллект, уверенность в себе и способность к риску.

Социум предлагает человеку новые сложившиеся социальные нормы и правила поведения, общественные ценности того, общества, представителем которого он является. Следовательно, очевидным является тот факт, что интеллект человека изменяется под влиянием социальной среды, через воздействие трех посредников:

- языка (знаки);
- содержания взаимодействий субъекта с объектами (интеллектуальные ценности);
- правил, предписанных интеллекту (коллективные логические и дологические нормы).

Будучи самой совершенной из психологических адаптаций, социальный интеллект служит наиболее необходимым и эффективным орудием во взаимодействии человека с социумом для того, чтобы достичь установленных и устойчивых отношений.

Рассматривая природу социального интеллекта, обозначим, что отличие его от общего интеллекта в значительной степени определяется различиями в самом интеллекте, но также и многими другими параметрами [54]:

- социально-экономическим статусом;
- воспитанием;

- образованием;
- опытом;
- культурными факторами;
- самой личностью;
- физическим и психическим здоровьем;
- мотивацией и т.п.

В целом социальный интеллект проявляется в использовании умственных способностей для социальной адаптации. Таким образом, социальный интеллект является своего рода адаптацией к действительности, которая обеспечивает равновесие между воздействием организма на среду и обратным воздействием среды на организм, что было отражено в представленной нами модели на рисунке 1.1. Двойственность процесса влияния и взаимовлияния «личность – социум».

В процессе социализации у человека формируется социальный интеллект, который во многом определяет уверенность человека в себе. Уверенность в себе складывается с раннего детства и во многом зависит от отношения родителей к ребенку. С одной стороны, если родители принимают ребенка таким, какой он есть, поощряют его свободу выбора, поддерживают его и заботятся о нем, это формирует у ребенка уверенность в себе, что позволяет ему в дальнейшем достигать поставленных целей. С другой стороны, чрезмерная опека со стороны родителей, запреты и предостережения формируют у ребенка неуверенность в себе, ребенок начинает сомневаться в собственных силах и возможности достижения успеха.

Уверенный в себе человек проявляет способность к риску. Способность человека рисковать и желание это делать очень ценится в бизнесе, это во многом определяет успешность включения человека в экономический обмен.

Исходя из вышеизложенного можно прийти к выводу, что процесс социализации продолжается на протяжении всей жизни человека. При взрослении у человека оформляется и изменяется система ценностей, он приспосабливается к изменениям жизненного цикла, перемещается в социальной структуре общества.

Ребенок занимает достаточно скромное положение в обществе. Он не может оказывать влияние на социальные институты, управление общества. Постепенно, с приобретением жизненного опыта ребенок превращается во взрослого человека и занимает свою нишу, свое место в общественной системе. К концу жизни, став слабым, нуждаясь в помощи и поддержке более молодых людей и должен опять привыкать к тем новым качествам, которые несет с собой возраст.

Социализация формирует у человека набор черт, которые во много определяют способность человека проявлять социальную смелость при социальных контактах. Социально смелый человек более открыт для общества, нацелен на новые контакты и легче справляется с различными нестандартными ситуациями.

В настоящее время социализация рассматривается как комплексный и многоаспектный процесс, к которому могут быть применены разные подходы в зависимости от исследовательских задач.

Традиционный механизм социализации – это усвоение индивидом норм поведения, взглядов и убеждений, которые свойственны его семье и его ближайшему окружению.

Для нас важно понять какое место занимает социальная смелость в структуре личности, что способствует ее проявлению с точки зрения структурных компонентов личности, что предопределяет успешность взаимодействия личности и социума.

1.3. Место социальной смелости в структуре личности

Личность – это сложное многогранное образование, которое, во-первых, является крайне сложным объектом изучения, а во-вторых, большой проблемой является то, что человек познает человека и не может выйти за рамки самого себя.

Согласно известному английскому психологу Г.Ю. Айзенку, личность – это более или менее стабильная и устойчивая структура интеллекта, характера, темперамента, и конституции человека, которая определяет его индивидуальную адаптацию к окружающему миру [190].

Р. Мейли пишет: «Под термином «личность» мы понимаем ту совокупность психологических качеств, которая характеризует каждого отдельного человека» [210, с.40].

В своей работе «Личность: психологическая интерпретация» Г. Олпорт дает около 50 определений понятия «личность», и действительно, существует множество подходов к пониманию данного термина. А вследствие этого - и множество теорий личности, так как каждый ученый смотрит через призму своих фоновых знаний на данную проблему.

Структура личности – это совокупность устойчивых психических свойств, которые обеспечивают устойчивость и целостность личности [139].

Среди отечественных ученых выделяются работы В.М. Бехтерева и А.Ф. Лазурского. Как указывает В.М. Бехтерев, личность представляет собой две близко связанные друг с другом совокупности следов, из которых одна теснее связана с органической, а другая – с социальной сферой [24]. Бехтерев акцент делает на том, что именно социальная сфера выступает связующим звеном и возбудителем всех психорефлексов. А.Ф. Лазурский, развивая взгляды Бехтерева, выделяет в структуре личности эндо - и экзопсихику. Эндопсихика включает в себя основные психологические функции, такие как: внимание, мышление, память, воображение и т.д. Экзопсихика представляет собой отношение человека к внешним объектам и окружающей его среде. Обе эти части взаимосвязаны и влияют друг на друга [88].

Постепенно усложняясь, структура личности в отечественной научной мысли становится все более сложной и многокомпонентной. К.К. Платонов выделяет уже 4 подструктуры, которые, объединяясь, составляют целостную личность. Первая подструктура направленности и отношений личности проявляется в виде моральных черт, формируясь с помощью воспитания. Вторая

подструктура опыта включает в себя знания и навыки, привычки, приобретаемые личностью в процессе обучения. Третья - подструктура индивидуальных особенностей психики человека, которая проявляется в функциях памяти, эмоций, ощущений, чувств и воли. Четвертая подструктура представлена биопсихическими свойствами, которые представлены половыми и возрастными свойствами личности [120]. Совокупность этих структурных элементов ведет к формированию целостной сложноорганизованной личности.

Б.Г. Ананьев понимает личность как субъект общественного поведения и коммуникации. Как считает Б.Г. Ананьев, определенное единство социальной и биологической составляющих человека формируется посредством таких макрохарактеристик, как субъект, индивид, индивидуальность и личность [7].

А.Г. Ковалев выделяет в структуре личности следующие сложные компоненты:

- темперамент,
- направленность,
- способности [75].

Темперамент определяет быстроту и продолжительность возбуждения нервной системы, являясь при этом природной структурой. Направленность представляет собой сложную систему идеалов и интересов, которые определяют отношение человека к себе и миру вокруг. Способности определяют успешность деятельности человека, систему эмоциональных и волевых свойств.

В.Н. Мясищев же характеризует единство личности следующими компонентами:

- направленность, система отношений человека к себе и обществу,
- общий уровень развития, человек находясь на разных стадиях возрастного развития, увеличивает свой уровень,
- структурой личности и динамикой нервно-психической реактивности [108].

Опираясь на представленные работы, можно говорить, что структура личности есть более частная характеристика личности, выделяющая в структуре

личности всевозможные компоненты, которые, по мнению разных ученых, определяют ее структуру, а как следствие выражают основные аспекты личности.

Также в российской науке широко известны работы Л.И. Божович [26], А.Н. Леонтьева [89], В.А. Ядова [175], Л. С. Выготского [33], С.Л. Рубинштейна [129] и других авторов, предложивших собственные структуры личности и активно их исследовавших.

Большое значение по отношению к развитию личности приобретает идея С.Л. Рубинштейна о преломлении внешнего через внутреннее. Как указывает К.А. Абульханова-Славская: «Настоящее, прошлое и будущее соотносятся в развитии личности не как таковые, а через изменение, сохранение или развитие сущности личности. В свою очередь, сущность личности раскрывается не абстрактно, а как способность ее «движения», его ускорения, его перспективы и т.д.» [3, с.132].

Говоря о развитии личности чаще всего имеют в виду ее возрастное развитие. Формирование компонентов генетически позднейших стадий и более высоких уровней развития психики на генетически более ранних этапах отнюдь не означает, что эти последние имеют лишь переходное значение. К.А. Абульханова - Славская считает, что возрастное изменение личности не является причиной ее развития, становления ее зрелости, становления ее основных отношений. Возрастные изменения нельзя однозначно связать с динамикой основных жизненных отношений, они имеют относительно самостоятельную логику движения [3].

Говоря о характеристиках психического развития, необходимо обратиться к проблеме его направленности. Применительно к развитию личности большинство авторов сходится в том, что это развитие зрелости личности. Под зрелостью понимается способность человека взвешивать те силы, которые он затрачивает на выполнение той или иной деятельности, и подходить рационально к проблеме необходимости этой деятельности. Человек должен рассчитать свои усилия на выполнение значимой и незначимой деятельности, отдавая предпочтение конструктивной деятельности. Зрелый человек сам определяет ход событий и

расстановку приоритетов, он выбирает манеру общения, взаимодействия, и формирует ситуации жизни [4].

Л.И. Анцыферова указывает, что очень важно добиться гармоничного разрешения противоречий, что обеспечивает сбалансированность и последовательность в развитии личности [12].

В западной литературе особенно известны: индивидуальная теория личности А. Адлера [181], аналитическая теория личности К.Г. Юнга [201], гуманистическая теория личности Э. Фромма [156], диспозициональная теория личности Г. Олпорта [111], гуманистическая теория личности А. Маслоу [96], структурная теория черт личности Р. Кеттела [189], теория личности по К. Роджерсу [127], теории развития личности Ч. Кули [84] и З. Фрейда [155], когнитивная теория личности Дж.Келли [73], Я-концепция Т.Шибутани [169], социологическое воображение Ч. Р. Миллса [103] и многие другие.

Л.Р. Голберг указывает, что личность включает в себя пять общих диспозиций [193]:

- экстраверсию,
- доброжелательность,
- добросовестность (сознательность),
- нейротизм (противоположный полюс - эмоциональная стабильность),
- открытость опыту (интеллект).

Этот подход позволяет более широко взглянуть на проблему структуру личности и ее компонентов. Личность представляет собой сложную структуру, образованную сложной иерархией уровней, каждый уровень, развивается и переходит на следующий, накапливая те или иные характеристики, таким образом, происходит развитие и усложнение личности [192].

В ходе теоретического анализа источников, мы установили, что в процессе социализации личность приобретает такие социальные черты, как: социальный интеллект, уверенность в себе и способность к риску. Сопоставив это с рассмотренными нами теориями личности можно заключить, что процесс формирования социальной смелости двоякий. Врожденные черты индивида во

многим определяют особенности его взаимодействия с социумом, но и социум во многом влияет на развитие его черт. Из этого следует, что социальная смелость возникает на стыке взаимовлияния человека и общества как ответная реакция на это взаимовлияние. Важнейшим компонентом смелости является уверенность в себе. Если родители и близкие относятся к ребенку с должным вниманием, часто хвалят его, то тем самым они воспитывают в нем уверенность в себе. И наоборот, если ребенок с раннего детства слышит негативную оценку своего поведения, то формируется комплекс неполноценности и развивается неуверенность в себе [117].

Для нас важно понять, как этот набор разрозненных черт личности объединяется, что формирует у человека социальную смелость. У человека, безусловно, есть устойчивые структуры, которые как раз и обеспечивают целостность всех компонентов личности. К таким структурам можно отнести духовно-нравственный компонент, который на самом высоком уровне своего развития включает когнитивную картину мира, представляющую собой своеобразную, обобщенную систему координат, посредством которой человек воспринимает окружающую его действительность.

Картина мира конструируется личностью в ходе его жизненного опыта. Таким образом, существует множество индивидуальных картин мира, которые являются результатом индивидуально-своеобразных способов переработки поступающей информации [21]. Важно, чтобы в картине мира человека существовала смелость как явление, чтобы человек имел о ней представление и определенные стремления.

В современном мире реальность искажается существованием виртуальной реальности, компьютерных технологий, интернетом. Еще недавно у человека существовали определенные якоря, которые его удерживали в реальности реального мира, такими якорями мог служить опыт или представления о Боге [195]. Современный мир создает несуществующую реальность, человек часто не может отличить реально существующее от созданного при помощи 3d-графики и других инструментов. Картина мира современного человека гораздо сложнее и

многообразнее, она имеет сложную структуру и постоянно пополняется новыми знаниями. Компьютерная виртуальная реальность позволяет человеку выйти за границы своей сущности и создает возможность реализовать свой потенциал, это расширяет его представления о мире вокруг, жизнь для человека становится похоже на приключение, приобретая некоторые иллюзорные свойства [101].

Когнитивная картина мира человека представляет собой как бы модель реакций той социальной среды, в которой формировался человек. Она включает в себе специфику ценностей, норм, форм поведения, языка, оценок. Она несет в себе также набор эталонов - образов того, как должно быть.

Картина мира обладает следующими свойствами [42]:

- с возрастом когнитивная картина мира индивида становится менее гибкой (не склонной к изменениям). Если человек получает новую информацию, которая не согласуется с его прежними представлениями, то она вызывает раздражение, отвергается или даже блокируется;

- определенная целостность картины мира. Элементы образующие когнитивную картину мира существуют не разрозненно, а прямо или косвенно связаны и взаимодействуют друг с другом;

- внутренняя непротиворечивость когнитивной картины мира. Элементы, образующие картину мира должны друг другу соответствовать, между ними не должно возникать диссонанс.

Формирование когнитивной картины мира невозможно без активного взаимодействия с окружающей средой. Картина мира является результатом всей активности индивида и совокупности его контактов с окружающим миром. Поэтому четвертым равнозначным компонентом личности является деятельность, которая обеспечивает активное начало личности, а ее результатом является изменение окружающей среды и самого человека.

В формировании когнитивной картины мира участвует самосознание личности. Самосознание личности представляет собой особую форму сознания, направленную на чувства и переживания самого человека. Можно сказать, что самосознание дано нам для того, чтобы отслеживать свое психическое состояние.

Самосознание тесным образом связано с эмоциональной сферой. Любое развитие не состоялось бы без самосознания. Ребенок, едва появившись на свет, начинает взаимодействовать с миром и постепенно у него складываются собственные индивидуальные представления о нем. То, что он переживает, становится субъективными ощущениями и во многом определяет его отношение к самому себе и окружающим людям. Только с помощью самосознания становится возможным оценивание своих и чужих поступков.

Живя в обществе, человек с первых лет жизни должен учиться выстраивать свое поведение таким образом, чтобы как можно меньше испытывать на себе негативное влияние. Общаясь с другими людьми, человек часто вынужден подстраиваться и идти на определенные уступки [72]. Не секрет, что в социуме не любят тех, кто хоть как-то выделяется из толпы, демонстрирует неординарные способности или имеет другой, отличный взгляд на давно известные вещи. Функции самосознания были бы неполными без этого важного элемента. Внутреннее чувство покоя и защищенности способствует личностному созреванию, формированию представления об индивидуальных возможностях. Некоторые люди вправе гордиться своим самосознанием.

Личность постоянно старается контролировать свои действия. Фактически это приводит к постоянному действию самомониторинга, который входит в состав блока частных характеристик личности [194]. Самомониторинг связан с поиском нового, открытостью новому опыту. Самомониторинг связан с определенными ценностями и целями, во многом именно его действие может сдерживать проявление социальной смелости, приводить к отказу от каких-либо действий, сдерживать обновление.

Главным условием существования личности является его самосознание. Если его нет, то и нет личности. Самосознание дает личности осознавать не только окружающую ее действительность, но и себя, строя отношения с окружающими [61].

В процесс становления личности включено становление самосознания. Чтобы понять структуру самосознания, нужно проследить сам процесс развития личности, начиная с младенчества.

Развитие самосознания достигает своей цели тогда, когда личность осознает свое «Я», отделит себя от других людей. Когда это наступит, то можно судить, что личность стала самостоятельной и независимой.

Важно, чтобы человек осознавал себя социально смелой личностью, осознавал уверенность в себе, а это во многом определяет его способность к риску, так как, рискуя человек, обладает определенной уверенностью относительно успеха своей деятельности. Развитие самосознания идет параллельно психическому развитию ребенка – формированию его личностной и интеллектуальной сфер, которые формируются от рождения до подросткового периода. Именно в этот период у ребенка формируется социальный интеллект, закладывается основа его картины мира, поэтому важно, чтобы именно на этом этапе у человека были заложены представления о социальной смелости.

Но личность определяет не только когнитивная картина мира, но и ее социально-психологические качества. Рассогласование в том, что понимать под социально - психологическими качествами личности, часто возникает в социальной психологии. Дж. Брунер предлагал теорию перцептивной защиты, смысл поведения человека обойти стимул, представляющий угрозу - игнорирование определенных качеств человека, чтобы оградить себя от его воздействия [29].

Важной социальной составляющей структуры личности является социальная установка. Данное понятие было введено У. Томасом и Ф. Знанецким в 1918 году. Согласно данным ученым, социальная установка – это «процесс индивидуального сознания, который детерминирует реальную или возможную деятельность индивида в социальном мире» [224, с.22]. В современной социально-психологической науке чаще встречается определение, данное Г. Олпортом в 1924 году. Г. Олпорт указывал на то, что социальная установка - «это душевное и нервное состояние готовности к ответу, организованное

посредством опыта, оказывающее направляющее и/или динамическое влияние на поведение» [182, с.198].

Школа Д.Н. Узнадзе рассматривала установку как бессознательное - невозможно использовать это понятие при изучении высших форм человеческой деятельности. Д.Н. Узнадзе, указывал, что в его понимание, установка, по сути, выступает целостным динамическим состоянием субъекта, состоянием, которое определяется двумя факторами: во-первых, потребностью самого субъекта, а во-вторых, определенной объективной ситуацией [149].

Но не только Г. Олпорт занимался исследованием установки, как понятия аттитюд, многие ученые того времени также занимались исследованиями по данному вопросу. В 1925 году Леон Терстоун в своей работе «Аттитюд может быть измерен» указывает, что аттитюд есть намеренье человека реагировать позитивно или негативно на какой-либо психологический объект, а в качестве объекта может быть какой-либо символ, слог, личность, даже идея или целая фраза, относительно которой у индивида могут быть различные чувства [225].

Можно говорить о том, что аттитюд, имеет большое значение для личности, именно установка во многом предопределяет деятельность человека, поэтому важно понять какие у нее функции [106]:

- приспособительная;
- знание;
- саморегуляция;
- защита.

Эти функции проявляют себе в том, что социальные установки формируют определенный фундамент, систему ценностей и убеждений человека, которые во многом определяют его поведение. Особенно это важно при социальном взаимодействии. Может срабатывать механизм межличностной аттракции. Межличностная аттракция - эмоциональные отношения к воспринимаемому человеку. Можно рассматривать как особый вид социальной установки на другого. Например, социальная установка по отношению к детям: красивый значит хороший. При взаимодействии с другими людьми мы часто внешне

привлекательных людей воспринимаем и оцениваем лучше, чем внешне не привлекательных людей [37].

То есть можно говорить о том, что социальная установка – это готовность личности реагировать определенным образом на какой-либо социальный раздражитель. Основную направленность мы можем измерить, например, применяя методику построения семантического дифференциала Ч. Осгуда.

Опираясь на выше изложенное можно сделать вывод, что личность развивается, взаимодействуя с социальным окружением, приобретая свойственные ему черты. У личности формируются определенные социальные установки, т.е. готовность отреагировать определенным образом на какой-либо социальный раздражитель, что определяет поведение каждого конкретного человека.

Сейчас достаточно остро стоит проблема самоактуализации личности, каждый человек старается осознать свои желания, направленность своей деятельности, оценить свой потенциал для реализации поставленных целей. Учитывая, что современная социально-культурная среда имеет сложное строение и постоянно изменяется, часто человеческая личность не успевает трансформироваться, а как следствие возникает дефицит новых способов поведения. Общество ускоряется в своем развитии, и человек стремясь включиться в него и добиться успеха, часто все меньше времени уделяет себе, осознанию действительных желаний и стремлений, часто человек делает не то, что хочет, а то, что от него хочет общество, а точнее то к чему общество стремится. Человеческая личность сложное и хрупкое образование и в условиях развития современной информационной среды, важно сохранить устойчивость и целостной личности [134, 166, 97, 47].

Сама по себе самоактуализация обусловлена не потребностью в устранении или восполнении некоего дефицита, а потребностью в росте и развитии. Самоактуализация проявляется в идентичности человека, человек может соотносить себя с определенными социальными группами, в которых он состоит, таким образом, проявляет себя социальная идентичность личности. Если человек,

описывая себя, указывает те или иные оценочные характеристики, так проявляет себя личностная идентификация личности [85].

Человек, достигший высокой степени самоактуализации, характеризуется: более эффективным восприятием реальности, простотой, желанием и способностью находиться в уединении, автономностью, независимостью от окружения, способностью самостоятельно определять цели и средства, отличать хорошее и плохое. Любая личность должна стремиться к тому, что, будучи уникальной и неповторимой, она с одной стороны автономна и независима, но с другой стороны постоянно включена и взаимодействует с обществом [95, 118].

Глава 2. Интернет-коммуникация и социальные сети как новая среда общения и фактор формирования социальной смелости

2.1. Специфика современной информационной среды и ее компонентов

Современное общество постоянно предъявляет новые требования к человеку и требует от него быстрой адаптации к изменяющимся условиям. Человек постоянно находится в информационном потоке, через него каждый день проходит огромное количество информации. Само человечество является творцом новой информационной среды, в которой каждый отдельный человек не всегда может самостоятельно адаптироваться.

По мнению Д. Белла, будущее информационное общество структурно и функционально будет зависимо от науки и развития информационных технологий. По его мнению, рассмотрение информации, как основы развития общества будущего, в скором времени станет одной из фундаментальных основ науки [187]. Д. Белл указывал на то, что информация – это власть, а доступ к информации является условием свободы. В обществе будущего, тот, кто владеет информацией, в первую очередь управляет обществом и всеми процессами, которые в нем протекают [188].

Рассмотрим понятия информация и информационная среда. Г.Б. Паршукова считает, что информация – это некая форма бытия знания, отделенного от носителя и ставшего достоянием общества [115]. То есть информация, отчуждаясь от своего носителя, формирует новое пространство, а точнее - среду своего существования и распространения.

А.Г. Гурвич считает, что «информационная среда - это совокупность информационных условий существования субъекта (это наличие

информационных ресурсов и их качество, развитость информационной инфраструктуры)» [45, с.19].

Еще одну формулировку дает М.И. Башмаков, под информационной средой он понимает «систему средств общения с человеческим знанием, служащую как для хранения, структурирования и представления информации, составляющей содержанием накопленного знания, так и для ее передачи, переработки и обогащения» [18, с.135].

Н.Н. Юдакова дает следующее определение: «Информационная среда - совокупность технических и программных средств хранения, обработки и передачи информации, а также социально-экономических и культурных условий реализации процессов информатизации» [173].

Г.Б. Паршукова сравнивает информационную среду с контейнером, в котором храниться информация, которой обладает общество. «Информационная среда создается на основе технических средств, обеспечивающих сбор, обработку, позволяющих хранить и передавать письменно информацию» [115, с.11].

Современное общество характеризуется тем, что из-за обилия информации и запросов к ее получению, она не предстает перед человеком в готовом виде, а требует генерации и комбинирования. Эти процессы требуют высокой интеллектуальной культуры от человека: для того, чтобы читать книги, необходимо знать грамоту и уметь читать, а в современном обществе уже этого недостаточно, необходимо уметь пользоваться сложным техническим оборудованием, то есть планка постоянно поднимается вверх и требует от человека все большего развития для участия в обмене информацией [168].

Человек стал частью новой среды, новые технологии стали частью жизни современного человека, который постоянно контактирует с этой новой средой взаимодействия. Возникают новые связи, кибернетика стала новой средой, к которой человек постоянно приспосабливается [31].

Ключевыми признаками информационной среды является ее открытость, полиморфность, избыточность, антропогенность, необратимость [70]. Информационная среда выступает сложным и многомерным пространством,

которое образуется вокруг современного человека, который включен в протекающие вокруг него информационные потоки.

Из этого можно заключить, что *информационная среда – это система и ее окружение, состоящие из информационных потоков, отчужденных от ее носителя, доступная для получения при помощи определенных технических средств и навыков.*

Можно выделить три основных этапа в развитие информационной среды: общество без письменности, общество с письменностью и современное информационное общество. До изобретения письменности информация в основном хранилась в виде образов, которые сохранились и до наших дней в виде наскальной живописи. С изобретением алфавита и письменности, информация стала храниться и передаваться при помощи символов, которые в закодированном виде передавали зашифрованное в них послание. В настоящее время человек использует обе формы хранения информации, что позволяет ему более универсально использовать накопленные знания.

Еще недавно вся информация хранилась на печатных носителях, сейчас же основной сферой распространения информации становится компьютеризированная среда [160].

Конечным результатом информационно-компьютерной революции, которая происходит в настоящее время, должно стать создание новой информационной цивилизации.

Развитие аудиовизуальных средств трансляции информации и, в особенности, использование компьютерных технологий во много раз расширило и качественно изменило поток информации, которую потребляет человек, до крайности обострив проблему адаптации человека к этой информации. Особенно остро эта проблема стоит перед пожилыми людьми, которым сложнее приспособиться к новым реалиям. Но существуют проблемы, которые в равной степени затрагивают все человечество, остро стоит проблема доступности и открытости информации, что часто угрожает безопасности самого человека [122].

2.2. Интернет-коммуникация и социальные сети как новая среда общения

Информационная среда состоит из совокупности компонентов, именно с этими компонентами взаимодействует человек, а не с самой абстрактной информационной средой.

К компонентам информационной среды относятся:

- Информационные компоненты (телевидение, радио, пресса, интернет, компьютер);

- Коммуникативные компоненты (межличностная коммуникация, сотовая и телефонная связь, интернет) [71].

Межличностные отношения находятся не над, не под, не в стороне, но внутри общественных отношений, в одном ряду с ними. Нельзя недооценивать какой-либо из данных рядов отношений - они взаимосвязаны. Общественные и межличностные отношения реализуются посредством общения. Люди всегда общаются в деятельности, по поводу нее.

Общение можно рассматривать как сторону (элемент) деятельности, при этом деятельность - это условие общения. Общение может быть самостоятельной деятельностью [125]:

- 1) коммуникативная его сторона (у детей),
- 2) в общем плане общение как вид деятельности.

Само слово «коммуникация» произошло от латинского слова «communicatio», что означает «сообщение», «передача». С.В. Бориснев указывает, что под коммуникацией следует понимать определенный социальными обстоятельствами процесс передачи, получения и усвоения информации в условиях группового, личного или массового общения при помощи различных каналов коммуникативных средств [27].

Коммуникация – это процесс обмена информацией, ее смысловым значением между двумя или более людьми [99].

Г.Г. Почепцов указывает, что «коммуникация - есть процесс перекодирования вербальной в невербальную и невербальную в вербальную информацию» [121, с.15].

Работы К. Ховланда, И. Джанис, Х. Келли, У. Липпмана, П. Лазарсфельда стояли у истоков теории массовой коммуникации [206,198, 199, 204, 205]. Учеными была заложена основная теоретическая база и разработаны базовые понятия науки. Авторы следующего поколения, такие как Г. Лассуэл, Р. Макнейл, Г. Вардаман уточняли и модернизировали исследовательский аппарат [203,208, 226]. В их работах оценивалась роль средств массовой информации в обществе, давалась формулировка понятия «публики», «масс», отслеживался механизм функционирования массовой коммуникации. Большое внимание уделялось влиянию коммуникации на политические процессы, поведение избирателей и политических кандидатов [212, 216, 218, 220]. Исследовалось использование инструментов коммуникации в бизнесе и экономике в целом [211]. Но главное направление исследований коммуникации было обращено к влиянию массовых коммуникаций на общество [207, 221, 222, 229, 230].

В процессе коммуникации происходит движения информации и обмен эмоциями между коммуникатором и реципиентом. Коммуникация бывает межличностной, внутригрупповой, межгрупповой и массовой. Наиболее важной формой является массовая коммуникация, в процессе которой происходит обмен информацией между социумом и отдельными людьми. Как считает В.М. Березин суть коммуникации сводиться к постоянной борьбе нового и старого, коммуникация, которая не может достичь нового, превращается в замкнутый, циклический обмен. И только нестандартная мысль вырывается из этого круга и становится импульсом для начала информационного взаимодействия [23].

У. Шрамм указывал, что коммуникация бесконечна. Каждый человек - это передатчик информации, он ее получает, производит и транслирует [219].

Как указывает Н. Луман, современная общественная жизнь и человеческие отношения невозможны без коммуникации [90]. Люди постоянно общаются друг

с другом, обмениваются информацией и эмоциями, без этого обмена сложно представить человеческую жизнь, и, более того, она фактически теряет смысл.

В обществе основная роль коммуникации состоит в социализации посредством передачи информации. Этот процесс предусматривает изменение самого объекта и его поведения [109].

С. Бал-Рокич указывает, что важным в коммуникации является процесс манипулирования ценностями под влиянием массовой коммуникации. Происходит их внешнее ранжирование, людям прививают чуждые для них ценности стараясь изменить их поведение [184]. Часто это может приводить к когнитивному диссонансу, вызывать у человека психологические расстройства и депрессию [191].

Коммуникация, опосредованная компьютером (электронная, компьютерная, виртуальная, сетевая, Интернет-коммуникация, англ. – computer-mediated communication) – коммуникативное взаимодействие людей с помощью компьютерных устройств и сетей (локальных, Интернет и др.). Важно учитывать, что это многосторонний термин, включающий в себя следующую специфику:

а) к электронной коммуникации относятся помимо компьютеров электронные СМИ, мобильные телефоны, презентационные средства;

б) хотя самой распространенной в мире сетью, соединяющей индивидуальные компьютеры, является Интернет, сетевая коммуникация не ограничена ее границами;

в) не все документы, создаваемые на компьютерах, предназначены для сетевого функционирования и т.п. [11].

В современном информационном обществе интернет-коммуникация выступает одним из основных каналов общения и взаимодействия между людьми. Это общение аккумулирует в себе множество разнообразных речевых практик, которые протекают в самых разных дискуссиях: академических, рекламных, релаксационных, педагогических и многих других [35, 78].

Под интернет-коммуникацией понимается опосредованное электронным устройством (компьютер, смартфон, планшетный компьютер) общение между

людьми или группой лиц, характеризующееся удаленностью коммуникантов друг от друга и возможностью осуществления мгновенной обратной связи, как визуального, так и письменного формата, через электронные каналы передачи сообщения [138].

Отличительными чертами интернет-коммуникации являются:

- всеобщая доступность информации и постоянство ее пополнения. В современных условиях информационное пространство постоянно расширяется, ускоряется процесс обмена информацией, возникают новые каналы ее получения;
- интерактивность процесса коммуникации, где коммуникация протекает на трех уровнях интерактивности:
 - двусторонняя, но не интерактивная коммуникация;
 - квазиинтегративная коммуникация, где одна сторона получает сообщения о реакции другого;
 - полностью интерактивная коммуникация, где все субъекты коммуникации могут участвовать в обмене информацией, занимая равное положение [215];
- независимость, человек сам решает, когда ему нужна та или иная информация, у него нет необходимости сохранять ее или ждать, когда она будет доступна [19];
- анонимность, человек может приписывать себе несвойственные ему социальные роли и, в целом, модели поведения [20];
- неограниченная доступность контактов, их открытость, возможность выстраивать новые акты общения [223];
- возникновение нового языка общения, сленга, новых коммуникативных моделей [147].

Компьютерная коммуникация вовлекла в активные процессы вербального публичного и межличностного общения, фиксируемые письменно и обеспечиваемые быстро развивающимися новыми технологиями, большие массы людей. В то же время Интернет-коммуникация формировалась с самого начала как культура участия, а не культура потребления (в отличие от телевидения)

[161]. Важно, что интернет-коммуникация оказывает сильное воздействие на внутренний мир человека. Происходит трансформация культуры, у человека возникает возможность проявлять целый спектр эмоций и делиться этим с окружающими [163].

Виртуальность обуславливает многомерность и полифоничность коммуникации, в частности позволяет реализовать мультимедийные форматы фиксации сообщений - комплексное сочетание условного вербально-письменного текста - гипертекста (англ. hypertext) и мультимедиа (англ. multimedia), т.е. семиотически равнозначных графических, фото-, видео-, анимационных, аудио- и т.д. элементов [28].

Существуют попытки свести общение к обмену информацией и рассматривать его с точки зрения теории информации (кибернетика). Однако в процессе человеческого общения информация видоизменяется, развивается и формируется, т.к.:

1. Интерсубъектный процесс взаимного влияния субъектов В.Н. Мясищев - участвуют активные субъекты [108]. Важна значимость информации для субъектов общения, они стремятся выработать общий смысл.

В процесс взаимопонимания включены, как минимум два человека, каждый из которых - активный субъект. Как он понимает меня. Анализ осознания себя имеет две стороны: идентификация и рефлексия [178].

- Идентификация - познание другого через уподобление себя ему и эмпатия
- эмоциональный отклик на состояние другого.

- Рефлексия – осознание: тот, как другой понимает меня.

2. В процессе общения люди могут повлиять друг на друга, изменить поведение другого.

3. Единая система значений (кодификации и декодификации) для того, чтобы понимать друг друга. У общающихся должны быть едины не только лексика и синтаксис, но и понимание ситуации общения.

4. Коммуникативные барьеры социального и психологического характера (например, разное мировоззрение, политические взгляды; индивидуальные психологические особенности - замкнутость и пр.).

Направленность сигналов в коммуникации может иметь два вида:

- аксиальный коммуникативный процесс, когда информация направлена отдельным людям
- ретинальный коммуникативный процесс, когда информация направлена множеству вероятных адресатов. В последнем случае сигнал направлен группе людей, что заставляет их осознавать свою принадлежность к данной группе. Это не просто передача информации, но социальная ориентация участников коммуникации.

К следующим психологическим особенностям интернет-коммуникации можно отнести:

- высокая вербальная активность, вызванная необходимостью писать или устно излагать мысли;
- исчезновение многих психологических барьеров, которые присутствуют в реальной межличностной коммуникации;
- отдалённость людей друг от друга, часто отсутствие визуального или аудиального контакта;
- специфический язык общения, сленг, сокращения, цитирования и т.д.;
- анонимность, возможность выдавать себя за другого человека, безнаказанность, деиндивидуализации поведения человека;
- проявление смелости в общении, завязывание новых контактов, готовность общаться с незнакомым человеком;
- определенное оскудение эмоциональной составляющей общения, человек не будет так ярко демонстрировать свои эмоции, как при реальном общении [180, 104, 119, 135].

Распространение информации проходит через фильтры доверия и недоверия, ложная информация может быть принята, а истинная отвергнута. Это особенно важно при интернет-коммуникации, когда общение протекает

опосредованно и зачастую нам не известно, кто выступает нашим собеседником. В рамках интернет-коммуникации человек может полностью исказить информацию о себе, изменить имя, пол, национальность, выдавать себя за совершенно другого человека, приписывать то, что ему совершенно не свойственно. В интернет-пространстве человек может экспериментировать, вступать в общение с теми, с кем он никогда не решится разговаривать в реальной жизни [57].

В интернет-коммуникации люди начинают общаться на новом языке, общению присущ монологический характер, часто обратная коммуникация отсутствует или отсрочена во времени [157].

Изначально Интернет не создавался как среда для общения, он скорее служил хранилищем информации, а возможность коммуникации между людьми носила утилитарные цели. Поэтому мы можем говорить о технической трансформации интернета, когда это пространство стало не только хранилищем информации с универсальным доступом к ней, а новой средой коммуникации и обмена информацией. Человек, включенный в Интернет-взаимодействие, вносит в это пространство новую информацию, получая те данные, которые для него значимы, таким образом, постоянно осуществляется обмен информацией. Но в интернете информация принимает новую форму, возникает электронная информация, которая циркулирует в этом информационном потоке и фактически отделяется от ее источника, таким образом, возникает новая электронно-социальная реальность [200].

Сейчас общение в интернете становится нормой жизни человеческого общества, нормы общения в интернете становятся нормами взаимодействия людей в целом. Возникают определенные модели взаимодействия между людьми, формируются определенные формы действий, закрепленные интернет-взаимодействием [22]. Часто образцы поведения людей, включенных в интернет-коммуникацию, могут отличаться от привычных моделей, что приводит к определенному сращиванию интернет- и реальной среды.

Созданная виртуальная реальность представляет собой мир создателей и пользователей, которые постоянно взаимодействуют, обмениваются информацией. За последние 10 лет интернет-среда и компьютерные технологии трансформировались, на смену пространству, доступному узкому кругу программистов, пришла универсальная информационно-коммуникативная среда, которая адаптирована под любой возраст, уровень знаний, пол [94].

Многие люди сейчас используют интернет без конкретных целей, когда у человека есть свободное время, он проводит его в интернете. Еще недавно такую функцию выполняло телевидение, многие люди входят в интернет или включают телевизор не для того чтобы узнать новости, а просто стараются занять себя, просто так проводят время [209].

Современный интернет, как часть масс-медиа выполняет ряд важных функций:

- носитель информации и знаний разного рода;
- доступная и открытая площадка для взаимодействия;
- посредник между различными институтами, обеспечивающий передачу информации и ее хранение в течение долгого времени;
- опосредованная форма взаимодействия между отправителем и получателем информации [16].

Социальное взаимодействие между людьми в интернет-пространстве часто сталкивается с наличием определенных барьеров, которые мешают протеканию коммуникации, к основным барьерам мы можем отнести:

- личностные барьеры. Это барьеры, которые связаны с особенностью самой личности и часто именно эти барьеры не дают человеку вступить в реальную межличностную коммуникацию. Но многие из таких барьеров могут стираться в интернет-коммуникации, например, если человек в реальной жизни плохо владеет языком тела и навыками ораторского искусства, то в рамках опосредованной интернет-коммуникации это становится не значимо. Но с другой стороны, это может породить и новые проблемы в коммуникации, например, умение излагать свои мысли кратко и в письменной форме. Личностные барьеры могут служить

серьёзным препятствием при осуществлении коммуникации на всех уровнях общения.

- средовые барьеры. Возникают из особенностей интернет-среды, во многих сегментах интернет-среды могут возникать специфические формы общения и сетевого этикета. Человек, не знакомый с этими нормами, не может сразу включиться в данную информационную среду. Пример: форум по какой-либо компьютерной игре, где игроки могут использовать специфический сленг и термины.

- технологические барьеры. Они связаны с умением человека пользоваться современными средствами коммуникации, например, быстро печатать, уметь вставлять картинки, делать ссылки. Если человек плохо владеет данными навыками, его собеседники могут отказаться от общения с ним, так как им приходится долго ожидать ответа [55].

- «столкновение цивилизаций». В современной информационной среде фактически разрушены граница общения, человек может переписываться и контактировать с людьми по всему миру, поэтому в настоящее время все острее встает проблема межкультурных различий и разницы мировоззрения. Это может выступать барьером в общение между людьми и служить еще одним источником столкновения между цивилизациями [159].

Социальные сети – это определенные социальные группы (сообщества) для поиска и общения людей по общим интересам. К появлению социальных сетей в Интернете общество пришло достаточно закономерно. Сначала развивались средства передачи коротких сообщений, а затем люди на этом основании создали сообщества по интересам.

За последние несколько лет роль социальных сетей резко увеличилась. Еще 5-6 лет тому назад в социальных сетях были зарегистрированы лишь единицы, в настоящее время трудно найти человека, который не слышал о социальных сетях. Социальная сеть – это одна из самых посещаемых сайтов в Интернете XXI-го века. Социальные сайты стали чрезвычайно популярны во всём мире, количество социальных сетей и онлайн – пользователей растёт непрерывно каждый день.

Пользователи многих социальных сетей исчисляются уже миллионами и ежедневно регистрируются несколько десятков новых пользователей. В России самая популярная социальная сеть – это «VKontakte», а во всем мире – «Facebook». Современный человек интегрирован в социальные сети, они помогают человеку развивать коммуникативные, профессиональные, поведенческие характеристики [53, 124, 145].

В современных условиях мы можем говорить о влиянии информационных сетей на процесс социализации человека в целом. Например, А.В. Зыкова в своей работе указывает на влияние информационных сетей на профессиональную социализацию специалистов. Сейчас в сети Интернет создается большое количество профессиональных сообществ и групп, в которых общаются и взаимодействуют различные специалисты, они делятся опытом, обсуждают актуальные темы, вступают в новые контакты. За счет этих контактов осуществляется профессиональный рост специалистов, они выходят на новый уровень общения и взаимодействия [64].

Войскунский А. Е. указывает на определенную трансформацию общения в условиях электронной коммуникации. Если реальное общение чаще всего протекает как устная речь, то в электронном общении – письменная речь. В реальном общении люди чаще контактируют с уже знакомыми людьми, а в электронном общении часто общаются с совершенно не знакомыми людьми [32].

Социальные сети оказывают большое влияние на социализацию подростков, в современном мире человек все быстрее в процессе своего развития включается в процесс общения в социальных сетях. Современные подростки все больше начинают общаться в социальных сетях, таким образом, происходит их интеграция с обществом, они включаются в процесс обмена информацией. Часто подростки могут намеренно изменять свой возраст, пользуясь анонимностью интернет-коммуникации, что приводит к тому, что процесс их включения в общество ускоряется, они примеряют для себя новые социальные роли гораздо быстрее [58]. При этом важным становится то, как ведут себя родители в условиях включения подростка в информационную среду. Часто родители сами

не знают, какие сайты посещают их дети, с кем они общаются в интернете, что может угрожать здоровью психики детей и их безопасности. Поэтому сейчас очень важно повышать цифровую грамотность и цифровую компетентность. Родители должны уметь отслеживать, какие сайты посещал ребенок, с кем он общается, что ему пишут, для того, чтобы вовремя оказать помощь и пресечь нежелательное общение [140, 141, 142].

Несмотря на то, что у людей появилась возможность больше общаться, к сожалению, они стали реже встречаться друг с другом. Люди стали забывать о живом, реальном общении. Зависимость заключается в том, что пользователь уже отвыкает от реального общения, он больше привыкает к виртуальному общению. Особенно подвержены влиянию социальных сетей подростки, у которых зачастую может выработаться зависимость, а отсутствие доступа к Интернету может вызвать перепады настроения или агрессию. Ведь виртуальное общение намного проще, можно просто написать сообщение и отправить его. Пользователю не нужны мимика, эмоции. Зависимый человек становится более раздражительным и замкнутым. Он не может представить себе ни дня без посещения страницы, целью которого является найти там какие-нибудь изменения, спешит поделиться незначительными новостями.

Система образования также подвержена влиянию информационных технологий, сейчас это не межличностный обмен ученик–учитель, а часть общего социального процесса [93]. Источники информации расширились, что требует расширения объема знаний, усложнения информационного обмена, возникновения новых форм общения. Коммуникация в учебном процессе становится более усложненной. Возникают новые роли и транслируются абсолютно новые ценности, каждой из сторон общения необходимо адаптироваться и приспосабливаться к новой коммуникативной среде.

Сейчас интернет-коммуникация становится удобным пространством для различных исследований, возникают новые грани взаимодействия между людьми, создаются условия для новых исследований возможностей интернет-

коммуникации [15]. Будущее человечества во многом рассматривается именно в контексте интернет-взаимодействия и новых форм общения.

2.3. Специфика использования социальных сетей и интернет-коммуникации в различных возрастных и гендерных группах

Существует определенная специфика использования социальных сетей и интернет-коммуникации в различных возрастных и гендерных группах.

По данным, приводимым О. В. Митиной и А. Е. Войскунским, женщины более тревожно и настороженно воспринимают электронное общение, однако именно женщины компенсируют свое одиночество посредством Интернет-общения более активно, чем мужчины [105]. И этот вывод вполне согласуется с результатами, полученными при обычной непосредственной коммуникации: для женщин общение более значимо, чем для мужчин. Рогов Е.И. считает, что общительность у женщин развита выше, женщины могут долго обмениваться друг с другом эмоциями в коммуникации, в то время как мужчины более склонны передавать точную информацию, а не делиться своими эмоциями [126].

В своем исследовании И.А. Якоба указывает, что в современной интернет-коммуникации все больше стираются границы гендера. Это в первую очередь связано с тем, что человек в интернет-коммуникации может приписать себе любой пол и общаться от любого лица. Хотя есть определенные атрибуты и манера общения, которая приписывается именно полу человека [177].

Женщины, как интернет-пользователи, отличаются от мужчин по социально-демографическим и психологическим характеристикам [228]. Женщины в интернете больше интересуются культурной, бытовой, образовательной информацией, реже, чем мужчины, просматривают новости и техническую информацию. Женщины чаще, чем мужчины, используют Интернет

для общения [227]. В целом существуют четкие различия в интернет-поведении у мужчин и женщин, различаются язык общения, фразы, обозначение эмоциональной окрашенности сообщений, манера их написания [146].

Но фиксируются и определенные сходства, например, и мужчины, и женщины в равной степени используют грубые и оскорбительные сообщения, только их использование связано с разными мотивами. Женщины чаще используют такого рода сообщения с силу их эмоциональности и экспрессивности. Мужчины придают большую значимость свободе слова и своей независимости и таким образом они высказывают свой протест против рамок и ограничений [202, 196].

Особенности коммуникации в интернете влияют и на социально-психологические характеристики пользователей, которые проявляются в их мышлении, поведении, а также особенностях восприятия информации.

Согласно исследованиям Э. Рейд, в виртуальной коммуникации человек из-за непредставленности физически входит в мир символической коммуникации, где носителями информации являются как её содержание, так и форма [217].

В Интернете не создаются предпосылки для манипулятивного общения, наоборот, Интернет исключает такую форму коммуникации: как только человеку кажется, что на него оказывается воздействие, он может закрыть страницу или пропустить материал, который оказывает на него воздействие [14].

Получается, разные факторы могут оказывать влияние на включение человека в интернет-коммуникацию. В современном мире ключевым фактором оказывается возраст. В скором времени влияние этого фактора может стать незначительным. Когда в фазу старшего возраста перейдёт современная молодёжь, им не надо будет адаптироваться к интернет-коммуникации, но определенные новые технологии все равно будут возникать. Поэтому даже тогда мы не можем говорить о полной готовности человека к взаимодействию с информационной средой.

Люди старшего возраста имеют возможность только опосредованно влиять на информационный поток, внося туда информацию, в основном при помощи

передачи информации более молодому поколению, которое, в свою очередь, передает эту информацию, искажая ее, в мировой информационный поток через интернет - технологии. Утрачивая имеющиеся социальные связи, например, с родственниками, сослуживцами, коллегами, друзьями, пожилой человек уже не в силах завязать новые. Поступающая к человеку информацию уменьшается, снижается круг его интересов, падает активность, что ускоряет процесс старения.

Анализируя уход на пенсию, ученые пришли к проблеме досуга, то есть освободившегося свободного времени, которое совсем недавно было занято работой, но в один миг становится абсолютно свободным. Особый интерес к этому вопросу проявил американский социолог Р. Хэвайюрст [197]. Он указывает на то, что сложившаяся формула, при которой в детстве человек занимается учебой, в зрелости – работой, а в старости уходит на покой, должна быть полностью пересмотрена. Перестав отдавать все время работе, человек может открыть для себя огромный спектр различных видов досуга, он может реализовать себя в искусстве, освоить новые виды деятельности, а не отдавать все свое свободное время поиску работы. Но это возможно только при определенной поддержке со стороны государства, которое должно обеспечить достойное финансирование жизни пожилых людей.

В современном мире люди старшего возраста все больше и больше включаются в информационный обмен, все больше людей старшего возраста имеют страницы в социальных сетях или умеют искать информацию в Интернете.

Информационные технологии могут помочь пожилым людям освоить новые знания, стать источником информации, активное взаимодействие с информационными технологиями позволит пожилым людям не только освоить новый вид деятельности и найти для себя новый вид досуга, но и источник постоянного заработка.

Сейчас достаточно остро стоит проблема, связанная с потерей важной информации, которая была доступна предыдущим поколениям, но с их уходом она теряется, тем самым, не обеспечивается преемственность поколений и цикличность развития. Это, в первую очередь, связано с тем, что пожилые люди

имеют меньшее количество источников информации и каналов ее распространения. Для пожилого человека сложнее принять что-то новое, часто пожилые люди отказываются от новшеств, считая их деструктивными и непонятными, им сложнее приспособиться к новым каналам коммуникации.

Пожилой человек имеет возможность только опосредованно влиять на информационный поток, внося туда информацию, в основном, при помощи передачи информации более молодому поколению, которое, в свою очередь, передает эту информацию, искажая ее, в мировой информационный поток через интернет - технологии. В современном мире все больше пожилых людей пользуются интернет-технологиями, во многом это связано с тем, что современные пожилые люди пользовались компьютером и Интернетом в среднем возрасте, поэтому это для них адаптированная и привычная среда. Все больше людей среднего и старшего возраста используют Интернет на работе, что также делает эту форму коммуникации привычной и адаптированной для них.

Совсем иначе молодежь и люди среднего возраста включены в информационный обмен. Помимо того, что они имеют больше каналов получения информации, они могут эффективно воздействовать на информационные потоки при помощи интернет - технологий.

Пожилой человек, во многом под давлением общества, сознательно ограничивает себя и возможность коммуникации с обществом. Пожилые люди, имея достаточно много опыта, не имеют возможности передавать его дальше, нарушая тем самым преемственность поколений, что приводит к утрате части информации и ее искажению. Но со скорой сменой поколений и процессом старения современной молодежи такая проблема полностью исчезнет, пожилые люди 21 века уже полностью адаптированы к новой информационной среде.

Современная информационная среда требует от человека, который с ней взаимодействует, владения определенными навыками и знаниями, а, следовательно, для успешного взаимодействия с информационной средой необходимо приобрести эти навыки. Молодежь приобретает эти навыки как

составную часть своей повседневной деятельности, в то время как человек старшего возраста должен этому целенаправленно обучаться.

2.4. Модель проявления социальной смелости в интернет-коммуникации

Нами была разработана модель проявления социальной смелости в интернет-пространстве (Рисунок 1.2). Модель проявления социальной смелости в интернет-пространстве показывает, каким образом социальная смелость влияет на взаимодействие личности и общества.

Социальная смелость состоит из таких компонентов, как: социальный интеллект, уверенность в себе, способность к риску. Для того чтобы проявить социальную смелость человек должен своим волевым действием преодолеть страх, поэтому составными элементами проявления социальной смелости являются: страх, воля и готовность действовать.

Страх, выступая определенным психологическим барьером, сдерживает человека, не позволяя совершить определенное действие, а смелость проявляет себя в том, что мы, несмотря на чувство страха, можем совершить это действие.

У любого человека есть страхи, но есть воля преодолеть эти страхи и, несмотря на его наличие, иметь готовность действовать. Получается, в системе ценностей человека закладывается такое поведение, при котором человек, несмотря на наличие страха, осуществляет свою деятельность. И если человек не готов сразу действовать в рамках реальной коммуникации, он может начать демонстрировать такое поведение именно в рамках интернет-коммуникации.

Часто то поведение, которое человек не готов проявить в реальном взаимодействии, он может демонстрировать в безопасной среде, например, в интернет-коммуникации, которая протекает опосредованно и не создает видимой опасности.

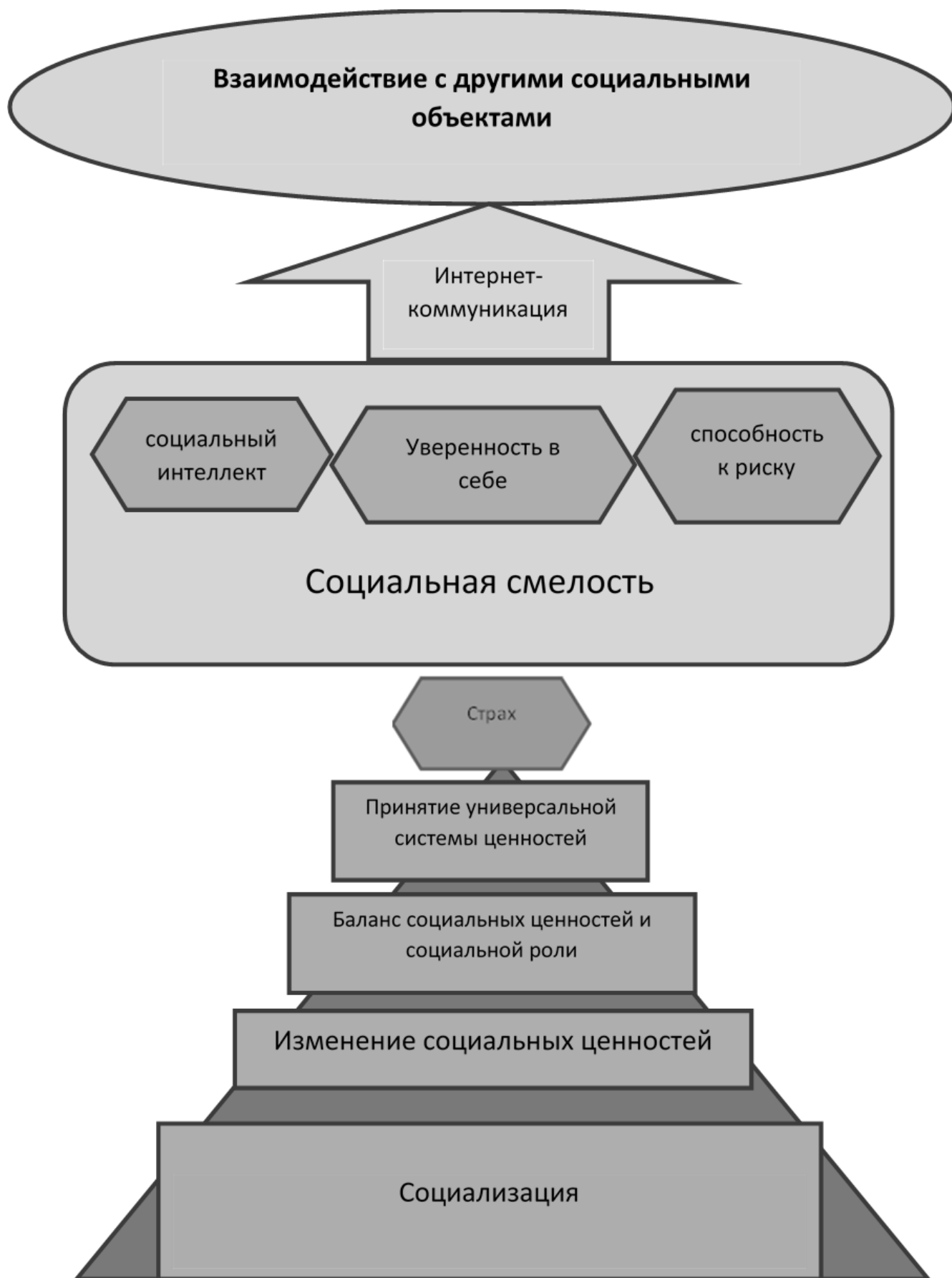


Рисунок 1.2 - Модель проявления социальной смелости в интернет-коммуникации

Под уровнем социальной смелости можно понимать баланс между страхом и готовностью к действию (при обязательном наличии нацеленности на совершения определенного действия).

Если готовность действовать выше страха, то мы можем говорить о высоком уровне социальной смелости, если же наоборот, то уровень социальной смелости будет низок.

В процессе социализации человек принимает универсальную систему ценностей, которая транслируется обществом. Но при этом важно сохранить баланс между системой социальных ценностей и теми ролями, которые выполняются человеком в обществе. Принимая новые социальные роли, человек меняет и систему социальных ценностей. Одни ценности становятся для него наиболее значимыми, а другие аспекты становятся не ценными или даже антисоциальными. В системе ценностей человека смелость занимает определенное место, глядя на одни действия людей мы воспринимаем их как необоснованный риск, а в другой ситуации это же проявление может восприниматься, как смелость, и человек приобретает черты героя.

Часто сравнивая положение людей в обществе, мы замечаем, что многие добились своего высокого положения благодаря смелости, они поступили нестандартно, рискнули и добились высокого результата. А в первую очередь смелость они проявили именно в социальных контактах, что позволило им занять более выгодное социальное положение. Смелость выступает универсальной категорией, которая позволяет человеку совершить действие, страх выступающий сдерживающим фактором, в случае проявления смелости, перестает оказывать сдерживающего влияния и лицо совершает то или иное действие.

В современных условиях именно интернет-коммуникация создает удобное пространство для общения. Интернет-коммуникация способствует возрастанию уверенности в себе, но часто это проявляется только в интернет пространстве, и на реальную коммуникацию не экстраполируется. Люди могут не вести себя более уверенно в реальном общении.

Как писал один из основных теоретиков массовой коммуникации М. Маклюэн, «электронные технологии общения способствуют слиянию мифологического (непосредственного) и рационалистического (опосредованного) способов восприятия мира, создают предпосылки для целостного развития личности. «Электронная галактика» ... на новой технологической основе воспроизводит «первобытное единство коллективного сознания», превращая нашу планету в единую «глобальную деревню» [92]. Уже более полувека назад ученый подчеркивал, какую важную роль будут играть электронные технологии общения в становлении личности, в процессе ее социализации, т.е. в формировании определенных социальных установок и ценностных ориентаций, определяющих дальнейшее поведение личности.

На основе анализа теоретического материала, накопленного по данной проблеме, можно говорить о том, что человек, постоянно включаясь в интернет-коммуникацию, общаясь с большим количеством людей, выстраивая новые схемы социального взаимодействия, находя новые контакты и вступая в новые связи, повышает свою социальную смелость, что позволяет ему успешно выстраивать новую коммуникацию и в реальной жизни. Человек становится частью новых социальных связей, готов строить более открытую коммуникацию с другими людьми, нацелен на более продуктивное общение.

Глава 3. Эмпирическое исследование особенностей представлений разных возрастных групп о социальной смелости и социально смелой личности в различных контекстах общения

3.1. Описание программы эмпирического исследования

3.1.1. Описание выборки и процедуры эмпирического исследования

Так как объектом нашего исследования является понятие социальной смелости, а в качестве предмета исследования выступают представления о социальной смелости и социально смелой личности в различных контекстах общения (реальное общение и интернет-коммуникация) у респондентов разного возраста, то в рамках эмпирического исследования были поставлены следующие задачи:

1. изучить уровень и основные виды интернет-активности, а также социально-психологические характеристики участников эмпирического исследования;
2. определить содержание представлений людей разных возрастных групп о понятии социальной смелости в контексте реального общения;
3. определить содержание представлений людей разных возрастных групп о понятии социальной смелости в контексте интернет-коммуникации;
4. выявить возрастные особенности представлений о понятии социальной смелости;
5. выявить различия представлений о понятии социальной смелости в различных контекстах общения;

6. определить содержание представлений людей разных возрастных групп о характеристиках социально смелой личности в различных контекстах общения;

7. определить возрастные различия представлений о социально смелой личности;

8. сформулировать выводы по результатам эмпирического исследования.

Эмпирическое исследование состояло из нескольких **этапов**:

– на *предварительном* этапе исследования нами был произведен отбор участников при помощи специально разработанной анкеты (см. Приложение 1). По итогам анкетирования были отобраны респонденты, которые зарегистрированы в различных социальных сетях, являются участниками интернет-коммуникаций и дали согласие на участие в данном исследовании;

– на *диагностическом* этапе проводилось непосредственное исследование представлений о социальной смелости и социально смелой личности в реальном общении и в интернет-коммуникации у респондентов разных возрастных групп, а также исследование социально-психологических характеристик респондентов;

– на *аналитическом этапе* исследования была проведена статистическая обработка данных исследования, а после этого – сравнительный анализ результатов по возрастным группам.

Общее количество респондентов, принявших участие в исследовании, составило 240 человек разного пола, профессий, возраста. Соотношение в выборке мужчин и женщин примерно одинаковое.

По возрастным характеристикам респонденты были распределены по следующим группам:

- 1 возрастная группа (от 19 до 35 лет) – 80 человек;
- 2 возрастная группа (от 36 до 55 лет) – 80 человек;
- 3 возрастная группа (от 56 до 70 лет) – 80 человек.

3.1.2. Методы и методики эмпирического исследования

В соответствии с целью и задачами исследования нами был подобран диагностический инструментарий, направленный на изучение семантического содержания, структуры и возрастных особенностей представлений о социальной смелости и социально смелой личности в контексте реального общения и интернет-коммуникаций. В работе над эмпирической частью исследования мы опирались на труды по методологии эмпирических исследований Андреевской В.Г.[10], Батыгина Г.С.[17], Девятко И.Ф.[49], Узнадзе Д.Н. [148], Юревича А.В. [174], Ядова В.А. [176], Милграма С. [102].

На диагностическом этапе эмпирического исследования были использованы следующие методики:

- ***Анкета участника интернет-коммуникаций***

Авторская анкета состоит из 10 вопросов, направленных на выявление социально-демографических характеристик респондентов (пол, возраст, профессия), а также на определение степени активности и предпочтений респондентов в социальных сетях. Также отдельным вопросом определяется, насколько соотносится степень активности респондента в интернет-коммуникации и реальном общении.

- ***Методика многофакторного исследования личности Р. Кеттелла***

Методика как эмпирический инструмент отражает поведенческие и характерологические особенности каждой отдельной личности и позволяет исследователю понять, посредством каких особенностей поведения реализуются темпераментные личностные особенности [123].

В соответствии с целью данного эмпирического исследования нами был выделен фактор Н, который отражает взаимосвязь таких переменных как «робость» и «смелость» (см. Приложение 2). Непосредственным объектом изучения в нашей диссертационной работе являются представления о социальной

смелости как социально-психологическом понятии. В связи с этим нам представляется, что именно фактор Н является ключевым. Так как мы задействовали ряд других методик для исследования социально-психологических характеристик личности, то использование данного метода мы ограничили фактором Н.

- ***Семантический дифференциал (Ч. Осгуд) [213]***

Для определения семантического содержания понятий «социальная смелость» и «социально смелая личность» нами был использован семантический дифференциал Ч. Осгуда. Семантический дифференциал является эффективным инструментом исследования семантических пространств субъекта. Семантический дифференциал используется для количественного и качественного индексирования смыслов и значений с помощью антонимичных двухполюсных шкал, что позволяет изучить представления людьми отдельных категорий бытия.

Выбор данного метода определяется необходимостью факторного измерения представления о социальной смелости (см. Приложение 3). В рамках данного метода производится замер коннотативных значений, которые возникают непосредственно перед осмысленными операциями с символами. При этом может рассматриваться как само семантическое пространство, так и многомерное пространство факторов, где количество измерений определяется количеством факторов. Нами рассматривалось два контекста общения: реальное общение и интернет-коммуникация. В качестве ключевых понятий нами исследовались понятия «социальная смелость в реальном общении» и «социальная смелость в интернет-коммуникации».

- ***Личностный дифференциал***

Традиционно эта методика используется для изучения свойств личности и межличностных отношений (сбм. Приложение 4). Личностный дифференциал может быть использован во всех тех случаях, когда необходимо получить информацию о субъективных аспектах отношений испытуемого к себе или к другим людям. Нами личностный дифференциал был использован для оценки

респондентами понятия «социально смелая личность». При этом респондент должен был оценить данное понятие в двух контекстах общения: «социально смелая личность в реальном общении» и «социально смелая личность в интернет-коммуникации».

- ***Методика определения локуса контроля (Дж. Роттер) [131]***

С целью исследования уровня личной ответственности нами использовался опросник Дж. Роттера (см. Приложение 5). Данный опросник измеряет уровень субъективного контроля. В основе его лежит различие двух локусов контроля – интернального и экстернального и, соответственно, двух типов людей – интерналов и экстерналов. Уровень субъективного контроля связан с ощущением человеком своей силы, достоинства, ответственности за происходящее, с самоуважением, социальной зрелостью и самостоятельностью личности.

Для обработки и анализа эмпирических данных, полученных в результате исследования, использовались методы математической статистики (программы MS Office Excel и SPSS 15.0 for Windows), а также процедуры сравнения и обобщения.

3.2. Описание результатов анкетирования участников интернет-коммуникаций

Прежде чем выявлять особенности представлений о понятии социальной смелости и социально смелой личности, остановимся на характеристиках респондентов как участников интернет-коммуникаций. Для определения социально-демографических характеристик, а также для выявления степени активности и предпочтений респондентов в социальных сетях нами использовалась авторская анкета.

Анкета была направлена на изучение следующих характеристик:

- ✓ количества времени, проводимого в социальных сетях;
- ✓ степени активности в интернет-среде;
- ✓ видов интернет-активности;
- ✓ активности в сфере общения (знакомство с новыми людьми);
- ✓ социальной (общественной) активности.

Результаты анкетирования представлялись как в обобщенном виде, по выборке в целом, так и по каждой возрастной группе. Первичные данные представлены в Приложении 6.

Результаты анкетирования, отражающие количество времени, которое респонденты проводят в интернете, представлены на рисунке 3.1.

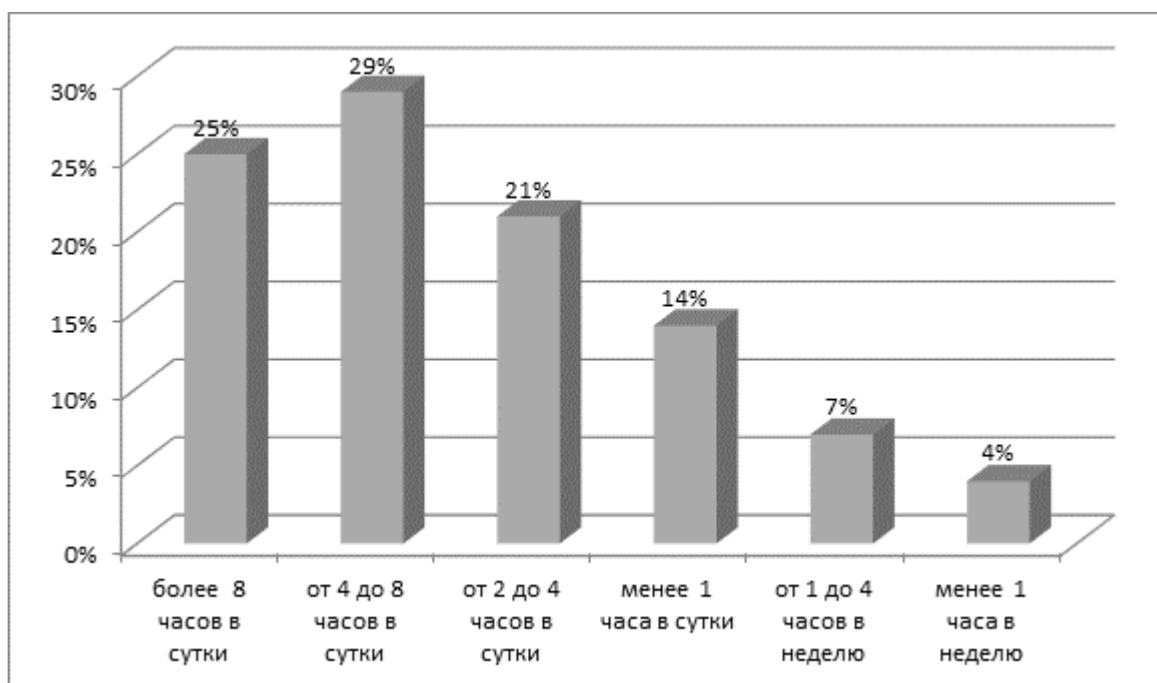


Рисунок 3.1 - Распределение респондентов по количеству проводимого в интернете времени (в %)

Распределение времени проведения в социальных сетях по возрастным группам дано в таблице 3.1.

Таблица 3.1 - Результаты распределения времени проведения в интернете по возрастным группам (в %)

Количество времени, проводимого в интернете	Возрастные группы респондентов		
	1 группа (19-35 лет)	2 группа (36-55 лет)	3 группа (56-70 лет)
более 8 часов в сутки	18,8	6	0
от 4 до 8 часов в сутки	14,1	14,4	0,4
от 2 до 4 часов в сутки	0,4	11,1	9,6
менее 1 часа в сутки	0	2	12,2
от 1 до 4 часов в неделю	0	0	7
менее 1 часа в неделю	0	0	4

В целом по выборке наблюдается довольно высокое включение респондентов в интернет-коммуникации. Почти каждый третий респондент (29% от общей выборки) проводит в интернете около 8 часов в сутки и четверть респондентов (25% от общей выборки) присутствуют в социальных сетях более 8 часов в сутки. Довольно многочисленную группу (21% от общей выборки) составляют люди, которые затрачивают на интернет до 4 часов в сутки, что тоже является немалой тратой времени. Таким образом, по результатам анкетирования можно сказать, что большинство респондентов проводят в интернете значительную часть своего времени.

Распределение времени проведения в интернете по возрастным группам участников исследования показывает следующие тенденции (см. таблицу 3.2). Первая возрастная группа проводит в интернете более 8 часов в сутки, равное количество респондентов первой и второй группы проводят в интернете от 4 до 8 часов в сутки. Представители третьей возрастной группы проводят чаще всего в интернете менее 1 часа в сутки.

Обобщенные результаты анализа причин, по которым респонденты используют интернет, наглядно представлены на рисунке 3.2.

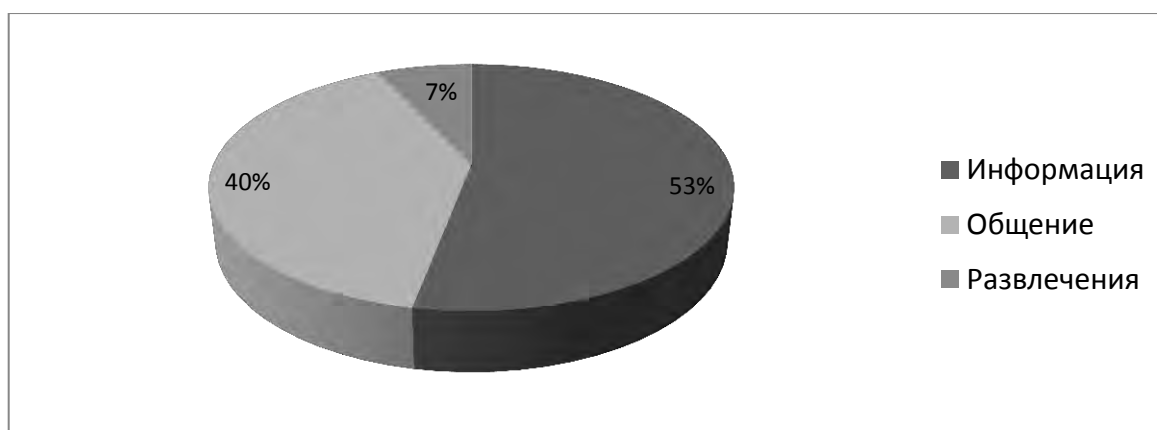


Рисунок 3.2 - Распределение видов интернет-активности по выборке (в %)

Как видно из результатов, половина опрошенных респондентов используют Интернет для получения и обмена информацией, занимаясь целенаправленным поиском информации, посещая новостные ресурсы и т.д. Довольно большая часть участников пользуются интернетом для общения. Незначительную представленность в общей выборке получил такой вид интернет-активности, как интернет-развлечения.

Таблица 3.2 - Результаты распределения причин использования интернета по возрастным группам (в %)

Причины использования интернета	Возрастные группы респондентов		
	1 группа (19-35 лет)	2 группа (36-55 лет)	3 группа (56-70 лет)
Пользование электронной почтой (личной и рабочей)	6	6,6	3,5
Общение через мгновенные сообщения	4,4	3	1,5
Общение в социальных сетях	3,7	2,2	1,5
Общение в чатах/форумах	1,5	0,7	0,4
Чтение и ведение блогов и Живых Журналов	0,4	1,5	0,5
Общение на сайтах знакомств	1	1,5	0,2
Целенаправленный поиск информации (учеба, работа, хобби)	9,7	8,6	4,3
Посещение новостных ресурсов	1,2	3,2	5
Посещение ресурсов по интересам	3,8	4,6	12,6
Игры через Интернет	0,4	0,4	2
Скачивание игр/кино/музыки/электронных книг	0,8	0,2	0,2
Покупки в Интернет-магазинах	0,4	0,5	2

Однако анализ видов интернет-активности по возрастным группам выявил тенденции, не совпадающие с общими тенденциями по выборке.

Из таблицы видно, что чаще всего интернет используется суммарно по трем возрастным группам для целенаправленного поиска информации, представители третьей возрастной группы чаще всего используют интернет для посещения ресурсов по интересам, также достаточно часто по трем возрастным группам Интернет используется для общения по электронной почте.

В соответствии с целью и предметом исследования, нас в большей степени интересовал вопрос интернет-активности респондентов в сфере общения. На рисунке 3.3 мы видим, что подавляющее число участников исследования используют Интернет для знакомства с новыми людьми.

Результаты анкетирования показывают, что интернет-коммуникации являются важной частью жизни современных людей. Респонденты рассматривают интернет как среду, предоставляющую разнообразные возможности для новых знакомств и общения с новыми людьми.

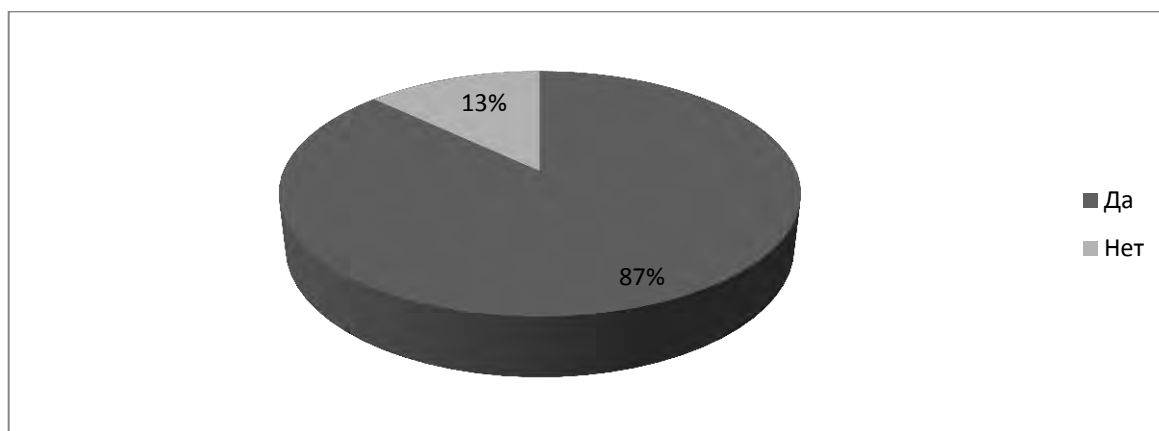


Рисунок 3.3 - Представленность ориентации респондентов на использование интернета для знакомства с новыми людьми (в %)

Из общей выборки участников исследования только 13% (36 человек) не рассматривают интернет-среду как среду общения. Из 36 человек, которые не знакомятся в интернете, 35 человек относятся к возрастной группе 56-70 лет и один человек – к группе 36-55 лет. Мы провели более детальный анализ основных видов интернет-активности этой группы респондентов, результаты которого наглядно представлены на рисунке 3.4.

Наибольший интерес у респондентов, которые не знакомятся с новыми людьми в Интернете, вызывает поиск информации и посещение новостных ресурсов и только 5% их предпочтений в Интернете вызывают социальные сети. Получается, что в социальных сетях они проводят достаточно мало времени и редко знакомятся с новыми людьми, занимаясь в основном поиском информации и посещением новостных ресурсов.

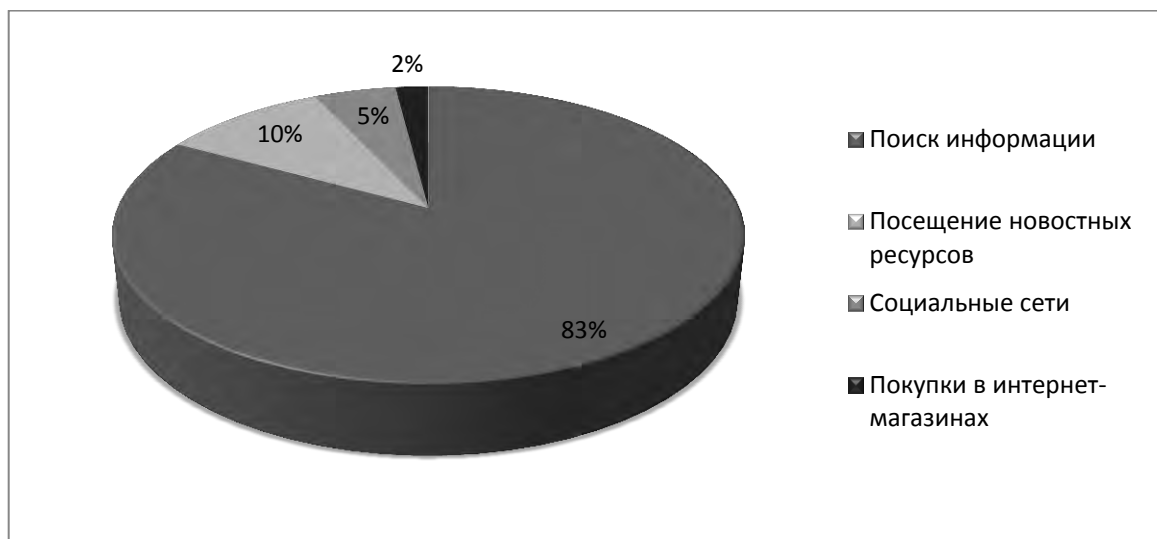


Рисунок 3.4 - Интересы респондентов, которые не знакомятся с новыми людьми в интернете

В анкету специально был вставлен вопрос о том, встречаются ли в реальной жизни респонденты с теми людьми, с которыми они познакомились в Интернете. Этот вопрос предполагал прояснение связи между активностью респондентов в интернет-коммуникациях и реальном общении. Результаты анкетирования представлены в таблице 3.3. 36 человек, которые не знакомятся в Интернете, пропустили в анкете данный вопрос, поэтому результаты даны по ответам 204 респондентов.

Из таблицы мы видим вполне очевидные и ожидаемые тенденции: чаще всего продолжают знакомство, начатое в Интернете, молодые люди из возрастной группы 19-35 лет, тогда как самыми неактивными в этом плане являются взрослые люди возрастной группы 56-70 лет.

Таблица 3.3 - Распределение ответов на вопрос анкеты о соотношении знакомств с людьми в интернете и общения с этими людьми в реальной жизни (в %)

Ответ на вопрос анкеты		Возрастные группы испытуемых		
		19-35 лет	36 – 55 лет	56 – 70 лет
Встречаетесь ли Вы с людьми, с которыми познакомились в Интернете, в реальной жизни?	Да	94,4%	78,7%	9,1%
	Нет	5,6%	21,3%	90,9%

Анкета, используемая в исследовании, также включала вопросы, направленные на изучение социальной активности респондентов. Так, анкета содержала вопрос о том, подписывают ли участники интернет-коммуникаций различные петиции, и продолжается ли их активность, связанная с проблематикой, которая поднимается в петициях, в реальной жизни. Результаты анкетирования наглядно представлены на рисунке 3.5 и таблице 3.4.

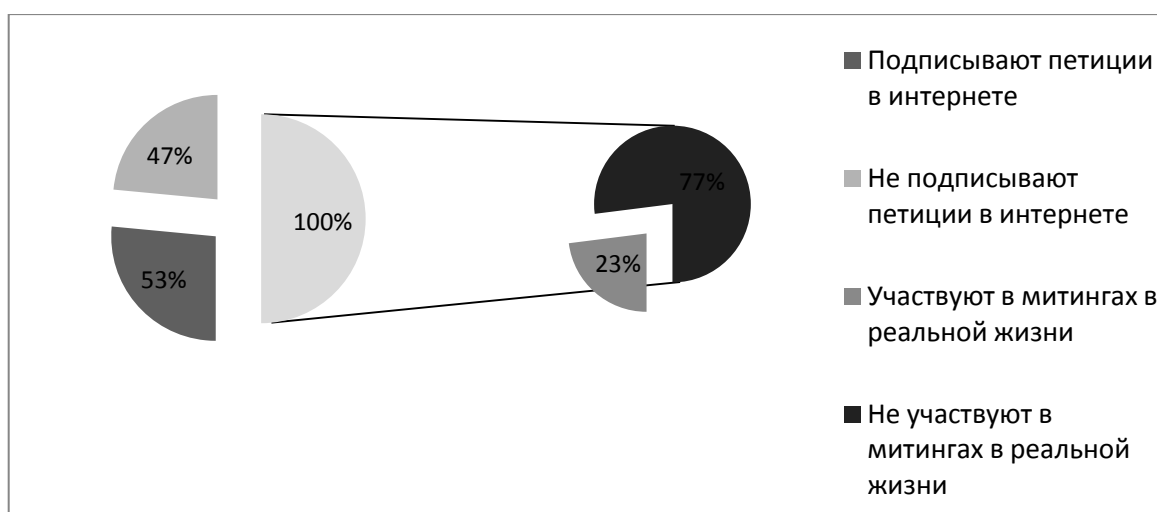


Рисунок 3.5 - Распределение ответов на вопросы о социальной активности в целом по выборке (%)

Из ответов респондентов мы видим, что 53% респондентов подписывают петиции в Интернете. При этом только 23% респондентов продолжают проявлять свою социальную активность в реальной жизни, участвуя в акциях и митингах. Это указывает на то, что респонденты более активны в интернет-коммуникации и

скорее склонны проявлять социальную смелость в интернет-пространстве, чем демонстрировать такое поведение в реальной жизни.

Таблица 3.4 - Распределение ответов на вопросы о социальной активности (%)

Социальная активность в целом по выборке	Возрастные группы респондентов		
	1 группа (19-35 лет)	2 группа (36-55 лет)	3 группа (56-70 лет)
Подписывают петиции в интернете	20,4	22,6	4,1
Не подписывают петиции в интернете	13	10,7	29,2
Участвуют в митингах в реальной жизни	6	13,7	3,3
Не участвуют в митингах в реальной жизни	27,4	19,6	30

Петиции в Интернете подписывают представители первой и второй возрастной группы, такое поведение практически не характерно для представителей третьей возрастной группы.

Чаще всего участвуют в митингах представители второй возрастной группы, это люди с активной жизненной позицией и определенной системой взглядов. Но большинство респондентов по всем возрастным группам не участвуют в митингах в реальной жизни. Им проще проявлять свою гражданскую позицию через Интернет, чем участвовать в реальных митингах.

И наконец, мы интересовались у респондентов, имеют ли они свои страницы в различных социальных сетях. С помощью данного вопроса в анкете можно определить степень активности респондентов в Интернете. Распределение ответов наглядно изображено на рисунке 3.6.

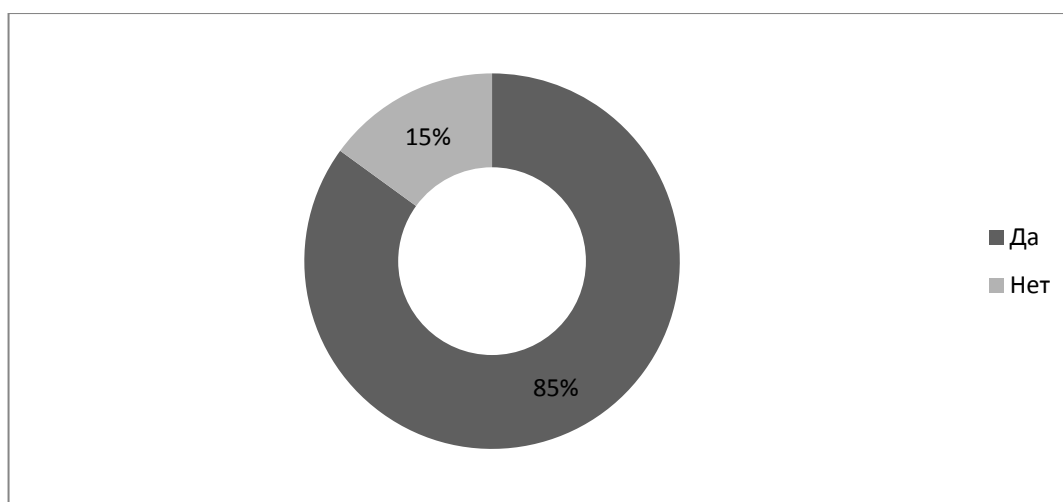


Рисунок 3.6 - Распределение ответов по выборке на вопрос о наличии своих страниц в различных социальных сетях (%)

Из ответов респондентов обнаружилось, что подавляющее число участников (85 %) зарегистрированы в нескольких социальных сетях, что указывает на высокую степень активности респондентов. Большинство людей считают социальные сети вполне приемлемой и подходящей формой коммуникации. Социальные сети позволяют людям поддерживать контакт друг с другом, искать людей, с которыми контакт был потерян, заводить новые контакты.

Таблица 3.5 - Распределение ответов по выборке на вопрос о наличии своих страниц в различных социальных сетях по возрастным группам (%)

Наличие своих страниц в различных социальных сетях	Возрастные группы респондентов		
	1 группа (19-35 лет)	2 группа (36-55 лет)	3 группа (56-70 лет)
Да	33,3	31,9	19,6
Нет	0	1,5	13,7

Распределение ответов по возрастным группам показало, что большинство респондентов имеют страницы в социальных сетях. Все представители первой возрастной группы имеют страницы в социальных сетях, только у 1,5% второй возрастной группы нет страницы в социальных сетях. В третьей возрастной группе у 19,6% респондентов есть страницы в социальных сетях, но при этом у

13,7% таких страниц нет. Это указывает на то, что для людей старшего возраста такая форма коммуникации является новой и мало адаптированной.

Таким образом, в ходе анкетирования мы выявили, что больше всего времени в Интернете проводит молодежь и люди среднего возраста, респонденты старшего возраста проводят в Интернете в среднем менее 1 часа в день. Молодежь в основном использует Интернет для общения, люди среднего и старшего возраста – для доступа к информации. Молодежь чаще знакомится с новыми людьми в Интернете, иногда встречаясь с ними в реальной жизни. Такое поведение не свойственно людям старшего возраста. Молодежь и люди среднего возраста достаточно часто подписывают петиции в интернете, люди среднего возраста могут участвовать в митингах в реальной жизни. Люди старшего возраста чаще не подписывают петиции и редко участвуют в митингах в реальной жизни.

Наряду с анкетированием, нами было проведено исследование социально-психологических характеристик личности участников выборки. С этой целью использовался 16-факторный личностный опросник Р. Кеттелла и методика определения локуса контроля (Дж. Роттер).

Из опросника Р. Кеттелла был выделен фактор Н, отражающий взаимосвязь таких переменных, как «робость» и «смелость». Результаты представлены на рисунке 3.7.

Наиболее высокие показатели по фактору Н (социальная смелость) демонстрируют представители группы среднего возраста (36-55 лет). Также достаточно высокие показатели обнаруживаются в группе молодых респондентов (19-35 лет). Это означает, что представители этих возрастных групп являются достаточно смелыми, спонтанными, авантюрными личностями.

Нами было выявлено, что респонденты в возрасте от 56 до 70 лет показывают низкие значения по фактору Н, то есть можно сказать, что представители старшего возраста являются менее смелыми и предприимчивыми, чем респонденты двух других возрастных групп.

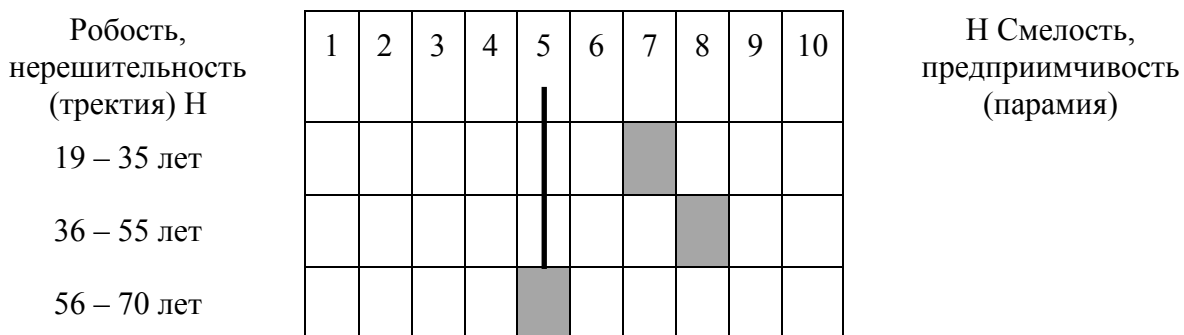


Рисунок 3.7 - Выраженность фактора Н (социальная смелость) по возрастным группам

Опросник Дж. Роттера позволил определить, к какому типу личности, с точки зрения уровня субъективного контроля, относятся участники нашего исследования. Результаты представлены на рисунке 3.8.

Высокий показатель по шкале общей интернальности свидетельствует о высоком интернальном контроле. Личность интернального типа связывает происходящие с ней события с собственными личностными качествами. Люди с высоким показателем интернального контроля демонстрируют такие черты, как уверенность в себе, доброжелательность, позитивная оценка мира и самого себя.

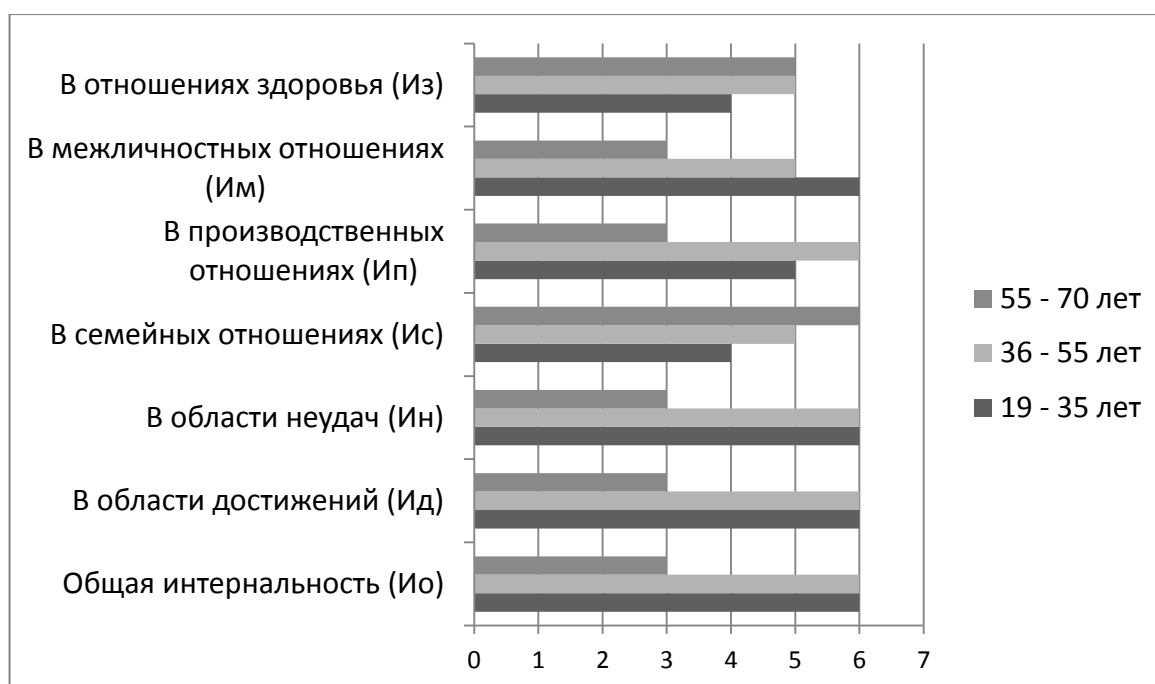


Рисунок 3.8 - Значение уровня субъективного контроля для разных возрастных групп

Низкий показатель по шкале общей интернальности свидетельствует о низком интернальном контроле. Личность экстернального типа связывает происходящие с ней события с внешними обстоятельствами. Люди с низким

показателем интернального контроля демонстрируют такие черты, как тревожность, конформность, обеспокоенность, повышенная агрессия, негативная оценка мира и самого себя.

Опираясь на полученные результаты, можно говорить о том, что респонденты в возрасте 56 – 70 лет скорее относятся к экстернальному типу, у них достаточно низкий уровень интернального контроля. Наибольший контроль эта группа проявляет в отношении семьи и своего здоровья, остальные значения достаточно низкие.

Респонденты в возрасте 36-55 лет и 19-35 лет относятся к интернальному типу. Респонденты молодого возраста проявляют наименьший контроль в отношении здоровья и семейных отношений, это связано с тем, что у людей в этом возрасте чаще всего нет собственной семьи и состояние здоровья хорошее, поэтому эти характеристики им кажутся наименее значимыми.

Респонденты в возрасте 36-55 лет показывают наиболее стабильные средние показатели, для них все заявленные характеристики являются в равной степени значимыми, во всех сферах проявляется достаточно высокий уровень интернального контроля.

Затем мы сопоставили результаты, полученные по замеру значения фактора Н, и результаты общей интернальности. Для этого нами был построен профиль зависимости этих характеристик и возраста респондентов, который представлен на рисунке 3.9.

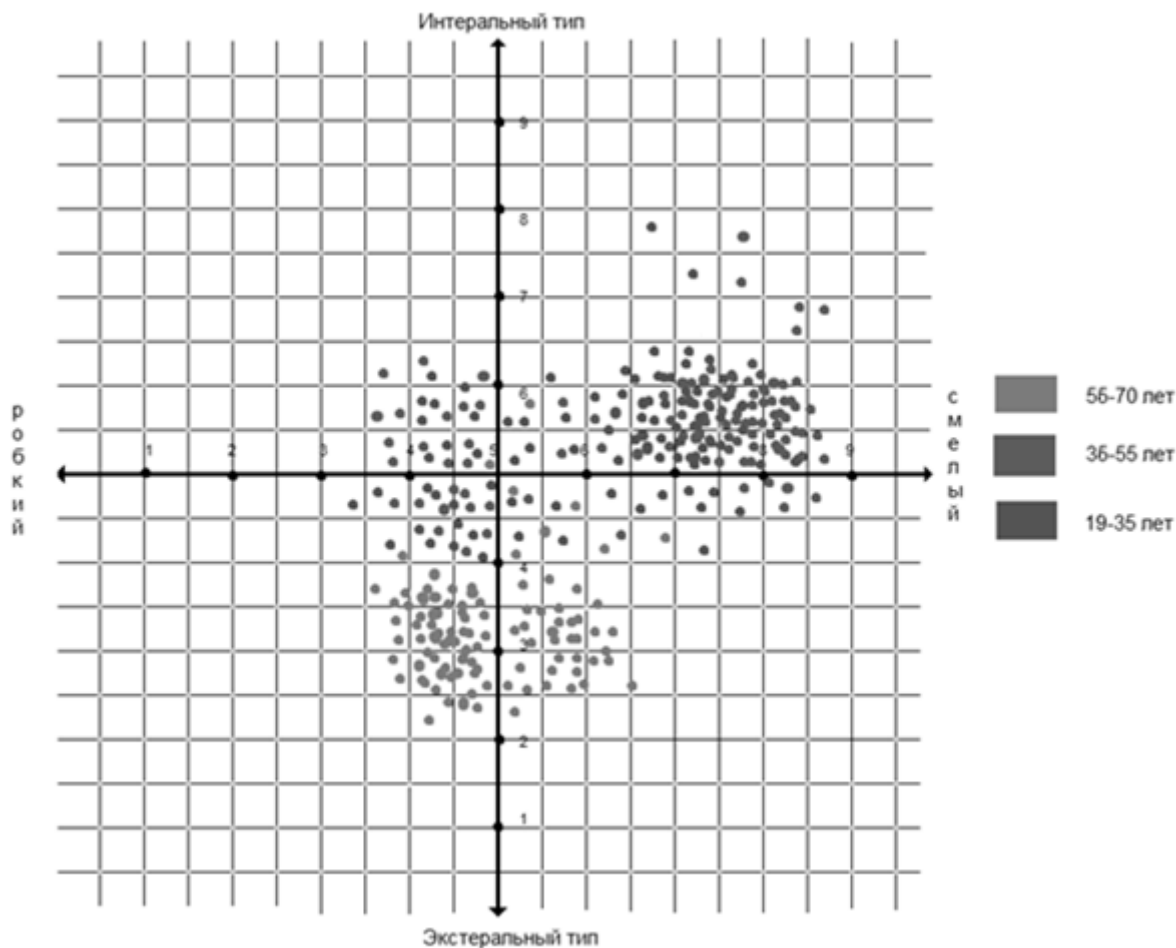


Рисунок 3.9 - Профиль зависимости характеристик «робость – смелость» по фактору Н, уровня общей интернальности и возрастных характеристик.

Исходя из построенного нами профиля, можно выделить 4 группы респондентов:

- 1-я группа – робкие интернальные;
- 2-я группа – робкие экстернальные;
- 3-я группа – смелые интернальные;
- 4-я группа – смелые экстернальные.

Наибольшая кучность результатов наблюдается в двух из четырех значений, исходя из этого, мы можем говорить об определенной зависимости между уровнем социальной смелости и уровнем интернального контроля (рисунок 3.9).

Выявлены две наиболее многочисленные группы:

- робкие экстернальные;
- смелые интернальные.

Опираясь на полученные результаты, мы можем говорить о том, что люди с интернальным локусом контроля в большей степени имеют склонность к проявлению социальной смелости. В то время как люди с экстернальным локусом контроля скорее проявляют социальную робость.

На рисунке 3.10 показано распределение различных групп по возрастам. Как видно из рисунка, люди в возрасте 55-70 лет относятся преимущественно к двум типам – экстернальному робкому и экстернальному смелому типу личности. В то время как респонденты молодого и среднего возраста в большинстве относятся к смелому интернальному типу личности.

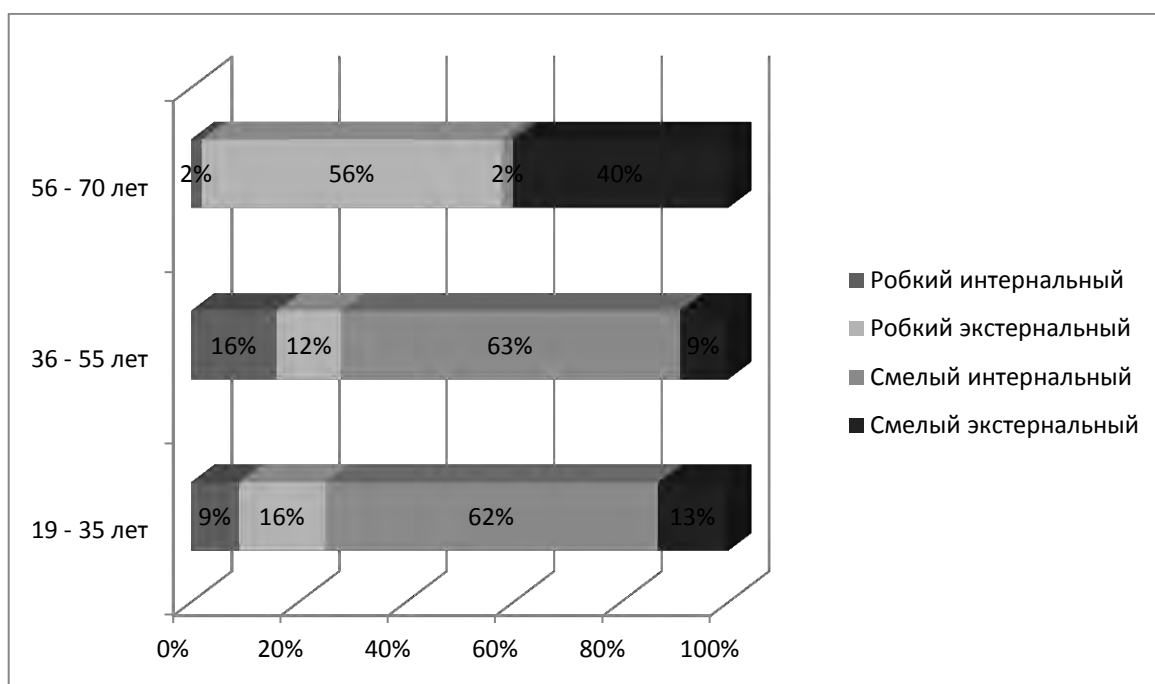


Рисунок 3.10 - Распределение психологических типов личности по возрастным группам

Респонденты 1 и 2 возрастной группы проявляют одинаковый уровень контроля, мы можем отнести их к интернальному типу. Респонденты 3 возрастной группы, скорее, относятся к экстернальному типу, у них достаточно низкий уровень интернального контроля. Респонденты 3 возрастной группы более склонны к экстернальному робкому типу личности. Респонденты 1 и 2 возрастной группы в большинстве относятся к смелому интернальному типу личности.

Таким образом, можно сказать, что участникам молодого и среднего возраста в большей степени характерен интернальный тип поведения, тогда как респондентам старшего возраста – экстернальный тип поведения.

Итак, анкетный опрос и результаты диагностических методик позволили нам составить социально-психологический портрет участников исследования, представления которых о социальной смелости и социально смелой личности мы предполагаем изучать.

3.3. Анализ результатов исследования представлений о понятии социальной смелости в различных возрастных группах

Напомним, что для исследования смысловой наполненности понятия социальной смелости в представлениях респондентов нами использовался метод семантического дифференциала в классическом варианте Ч. Осгуда. Известно, что семантический дифференциал позволяет измерить коннотативное значение, связанное с эмоциями, личностным смыслом, социальными установками, стереотипами, то есть, с одной стороны, эмоционально насыщенными, с другой стороны, слабо структурированными и мало осознаваемыми или неосознаваемыми формами восприятия и отношения. Метод семантического дифференциала позволяет исследовать то значение, которое подразумевается, предполагается индивидом на уровне его индивидуального восприятия и опыта, когда он представляет себе тот или иной объект.

В качестве объектов оценивания респондентам предлагались понятия «социальная смелость в реальном общении» и «социальная смелость в интернет-коммуникации», то есть респонденты должны были представить и оценить понятие социальной смелости в различных контекстах общения.

Результаты исследования позволили построить семантическое пространство, структура которого может служить объяснительной моделью того, как респонденты воспринимают, классифицируют, сравнивают заданные им для оценивания объекты и их характеристики. Семантическое пространство можно рассматривать как модель индивидуальных категорий, определяющих содержание значений в сознании респондента.

На основе анализа семантического пространства мы получаем возможность изучить, с одной стороны, специфику факторов, которые определяют смысловую значимость заданных объектов для респондентов; с другой стороны – место объектов в семантическом пространстве (различение реакций респондентов на объекты).

В используемом варианте метода используется три фактора («отношение», «сила» и «активность»), каждый из которых состоит из четырех шкал.

Распределение шкал на основе данных факторов представлено в таблице 3.6.

Таблица 3.6 - Шкалы семантического дифференциала

<u>Фактор силы</u>	
сильное длинное большое сложное	слабое короткое малое простое
<u>Фактор активности</u>	
активное быстрое теплое новое	пассивное медленное холодное старое
<u>Фактор отношения</u>	
светлое веселое хорошее полное	темное грустное плохое пустое

Область определения значений по каждой из шкал составляет диапазон от – 3 до +3 с ценой деления шкалы, равной одному условному пункту. Значение показателя в диапазоне от –1 до +1 говорит о слабой выраженности данного

фактора по выбранной шкале. Значения в диапазоне от -3 до -2 и от $+2$ до $+3$ говорят о сильной выраженности данного фактора по приведенной шкале (направленность отношения – негативная или позитивная – зависит от того, ближе к какому из понятий биполярной шкалы располагается показатель).

Также выявлялся фактор «успешность», который Ч. Осгуд определял как сочетание шкал «хорошее», «сильное» и «активное». В контексте нашего исследования фактор «успешность» показывает, насколько респонденты считают важным наличие социальной смелости в том или ином контексте общения.

3.3.1. Анализ результатов исследования представлений о понятии «социальная смелость в реальном общении» в различных возрастных группах

Рассмотрим результаты оценивания участниками исследования, включенными в разные возрастные группы, понятия «социальная смелость в реальном общении». Результаты представлены в таблице 3.7 и на рисунке 3.11.

Таблица 3.7 - Среднегрупповые показатели по шкалам семантического дифференциала у разных возрастных категорий относительно понятия «социальная смелость в реальном общении»*

Возраст, лет Шкалы	19–35 (М)		36–55 (С)		56–70 (П)	
	<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>m</i>	<i>s</i> ²
Фактор О	2,00	0,26	1,83	0,26	1,80	0,27
веселое – грустное	2,00	1,14	1,75	1,05	1,40	1,53
хорошее – плохое	2,25	1,10	2,00	1,19	2,10	1,21
полное – пустое	2,60	0,47	2,50	0,56	2,80	0,36
светлое – темное	1,15	1,80	1,05	1,79	0,90	1,86
Фактор С	0,75	0,27	0,50	0,26	0,95	0,23
длинное – короткое	–0,50	1,82	–1,00	1,82	0,50	1,24
большое – малое	2,10	1,10	1,90	1,13	2,40	0,95
сильное – слабое	2,70	0,54	2,70	0,49	2,80	0,36
сложное – простое	–1,30	1,50	–1,60	1,31	–1,90	1,08
Фактор А	1,20	0,23	1,28	0,19	0,90	0,22
новое – старое	–2,40	1,08	–2,30	1,07	–2,70	0,47

Шкалы \ Возраст, лет	19–35 (М)		36–55 (С)		56–70 (П)	
	m	s^2	m	s^2	m	s^2
теплое – холодное	2,70	0,52	2,80	0,42	2,90	0,24
быстрое – медленное	2,10	1,14	1,70	1,05	1,10	1,53
активное – пассивное	2,40	1,10	2,90	1,19	2,30	1,21

* m – групповое среднее арифметическое, s^2 – выборочная дисперсия

М – молодые испытуемые, С – испытуемые среднего возраста, П – пожилые испытуемые

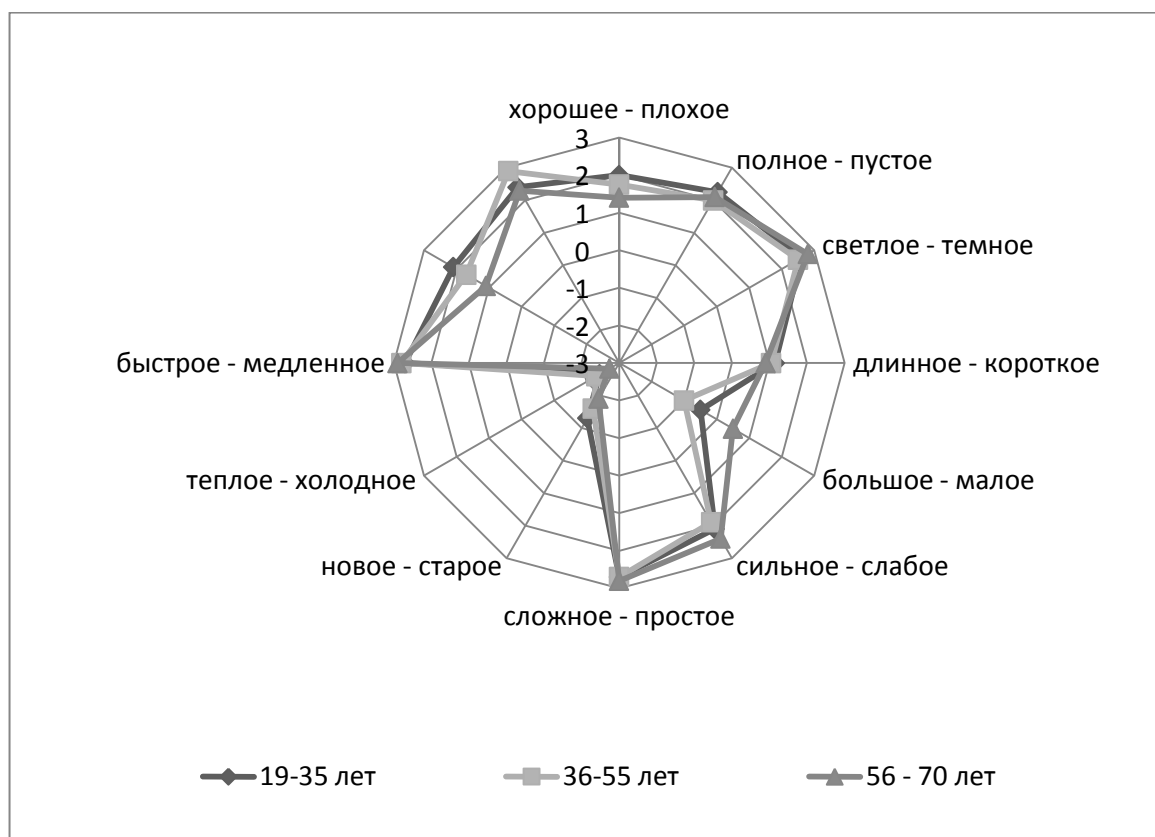


Рисунок 3.11 - Профиль значений шкал семантического дифференциала по каждой возрастной группе для понятия «социальная смелость в реальном общении»

Опишем представления о понятии «социальная смелость в реальном общении» респондентов *возрастной группы 19–35 лет*.

Из результатов исследования следует, что показатели большинства шкал семантического дифференциала значительно удалены от нейтральной позиции и находятся в диапазоне от +2 до +3. Это свидетельствует, во-первых, о сильной выраженности факторов, составляющих семантическое пространство оцениваемого понятия (количественная характеристика представлений); во-вторых, о позитивной направленности факторов (качественная оценка представлений).

Семантическое пространство понятия «социальная смелость в реальном общении» в представлениях участников 19–35 лет описывается, прежде всего, такими характеристиками как «сильное», «теплое» и «полное». Эти характеристики получили в данной возрастной группе наибольшие значения. Если понимать под социальной смелостью готовность личности к тем или иным социальным взаимодействиям, несмотря на наличие у нее определенных социальных страхов, то молодым участникам исследования социальная смелость представляется как понятие, связанное, прежде всего, со степенью силы этой готовности («сильное»), степенью активности, «градусом» этой готовности («теплое») и со степенью эмоциональной наполненности («полное»). Результаты свидетельствуют о том, что молодые представители оценивают социальную смелость в реальном общении людей как необходимость иметь сильную нацеленность на действия (фактор *силы*) и готовность действовать (фактор *активности*). Социальная смелость представляется им как явление, характеризующееся эмоциональной наполненностью (фактор *отношения*).

Анализ шкал, имеющих негативную семантическую направленность, показывает, что в представлениях молодых участников социальная смелость в реальном общении рассматривается как понятие скорее «короткий», чем «длинный»; скорее «простой», чем «сложный», и, безусловно, не новый, «старый».

Фактор *успешности*, который составляют оценки по шкалам «сильное», «активное» и «хорошее», в данной возрастной группе равен 2,45 баллам. Этот показатель находится в зоне сильных значений и свидетельствует о том, что респонденты молодого возраста оценивают наличие социальной смелости как значимый фактор успешности реального общения. Можно полагать, что они считают необходимым проявлять социальную смелость в социальных отношениях, чтобы быть успешными во взаимодействии с людьми.

Итак, анализ семантического содержания понятия «социальная смелость в реальном общении» в представлениях участников молодого возраста показал:

1. Понятие «социальная смелость в реальном общении» имеет для молодых участников исследования высокую значимость.

2. Семантическое поле этого понятия имеет позитивную направленность.

3. Семантическое пространство понятия социальной смелости, необходимой в реальном взаимодействии людей, составляют шкалы «сильное», «теплое», «полное», определяющие содержание понятия в сознании молодых респондентов.

4. Молодые респонденты считают наличие социальной смелости важным фактором успешности взаимодействия с людьми в контексте реального общения.

Обратимся к результатам семантического дифференциала в *возрастной группе 36–55 лет*.

Результаты свидетельствуют о том, что в представлениях этой возрастной группы семантическое пространство понятия «социальная смелость в реальном общении» имеет более сложную структуру, чем в группе молодых респондентов, и характеризуется большей разбросанностью оценок, попавших как в зону сильной выраженности факторов, так и в зону слабой выраженности факторов. Это говорит о том, что оцениваемое понятие является для представителей среднего поколения менее значимым понятием, чем для представителей молодого поколения.

Модель категорий, определяющих в первую очередь содержание понятия в сознании людей среднего возраста, выражена шкалами «активное», «теплое» и «сильное». В представлениях людей среднего возраста социальная смелость, проявляющаяся в реальном взаимодействии людей, связана со степенью их активности, то есть с готовностью действовать, добиваться поставленных целей, преодолевать социальные страхи.

Негативную направленность в семантической модели этой возрастной группы имеют такие шкалы, как «короткое», «простое» и «старое». То есть в представлениях людей среднего возраста социальная смелость характеризуется как явление не новое в общении современных людей, относительно простое и короткое по своей продолжительности.

Обращает на себя внимание, что фактор *успешности* в этой возрастной группе является самым высоким (2,53 балла). Это говорит о том, что люди среднего возраста высоко оценивают наличие социальной смелости у людей как фактор, определяющий эффективность их реального общения. То есть люди среднего возраста полагают, что в реальном общении необходимо проявлять социальную смелость как сочетание активной позиции человека («активное»), нацеленности на действия, способности к решительным действиям («сильное») и просоциального отношения к людям («хорошее»). Возможно предположить, что высокое значение фактора успешности характеризует людей среднего возраста как личностей, испытывающих наименьшие сложности в установлении и реализации социальных контактов.

Итак, семантическое содержание понятия «социальная смелость в реальном общении» в представлениях участников среднего возраста характеризуется следующими особенностями:

1. Понятие «социальная смелость в реальном общении» имеет для людей 36–55 лет среднюю степень значимости.

2. Семантическое поле этого понятия имеет преимущественно позитивную направленность.

3. Семантическое пространство понятия социальной смелости, необходимой, по мнению респондентов среднего возраста, в реальном взаимодействии людей, составляют шкалы «активное», «теплое», «сильное».

4. Высокий уровень фактора «успешности» свидетельствует об уверенности людей среднего возраста в реальных отношениях.

Опишем представления о понятии «социальная смелость в реальном общении» респондентов *возрастной группы 56–70 лет*.

Семантическое пространство понятия «социальная смелость в реальном общении» характеризуется разбросанностью оценок, попавших как в зону сильной выраженности факторов, так и в зону слабой выраженности факторов. Это говорит о том, что оцениваемое понятие для респондентов пожилого возраста является так же, как и для испытуемых среднего возраста, относительно

значимым понятием. Семантическое поле выражено шкалами «теплое», «сильное» и «полное». Отрицательную направленность получили шкалы «простое» и «старое». Фактор *успешности* получил так же, как и в других возрастных группах, высокое значение (2,4 балла). Это говорит о том, что и респонденты пожилого возраста считают наличие социальной смелости необходимым фактором эффективности реального общения.

Итак, семантическое содержание понятия «социальная смелость в реальном общении» в представлениях участников пожилого возраста характеризуется следующими особенностями:

1. Оценки понятия «социальная смелость в реальном общении» в представлениях людей 56–70 лет располагаются как в зоне сильных значений, так и в зоне значений, имеющих слабую степень выраженности.

2. Семантическое поле этого понятия имеет преимущественно позитивную направленность.

3. Семантическое пространство понятия социальной смелости у респондентов пожилого возраста составляют шкалы «теплое», «сильное» и «полное».

4. Респонденты пожилого возраста так же, как и представители других возрастных групп, считают, что социальная смелость необходима для успешности реального общения.

Сравнительный статистический анализ содержания понятия «социальная смелость в реальном общении» проводился с помощью критерия Стьюдента. Результаты статистического анализа (эмпирические значения t критерия Стьюдента) приведены в таблице 3.8.

Напомним, статистически значимые различия ($p < 0,01$) наблюдаются в случае, когда эмпирические значения превышают критические, вычисленные для соответствующего числа степеней свободы df и уровня значимости 0,01. В сравниваемых группах одинаковое количество испытуемых (по 80 чел.), что соответствует числу степеней свободы $df = 158$ и критическому значению

$t_{0,01} = 2,607$. Знаком «+» в таблице отмечены статистически значимые различия между группами испытуемых.

Таблица 3.8 - Эмпирические значения t критерия Стьюдента по шкалам семантического дифференциала у разных возрастных категорий относительно понятия «социальная смелость в реальном общении»*

Сравниваемые группы Шкалы	М – С		М – П		С – П	
	t	вывод	t	вывод	t	вывод
Фактор О	2,181		2,477		0,309	
веселое – грустное	1,511		3,282	+	1,947	
хорошее – плохое	1,477		0,883		0,578	
полное – пустое	0,882		1,957		2,795	+
светлое – темное	0,472		1,168		0,701	
Фактор С	3,066	+	2,531		5,732	+
длинное – короткое	2,342		5,110	+	7,666	+
большое – малое	1,197		1,871		3,100	+
сильное – слабое	0,000		0,940		0,967	
сложное – простое	1,601		3,340	+	1,738	
Фактор А	1,029		3,989	+	5,213	+
новое – старое	0,610		2,159		2,884	+
теплое – холодное	0,927		2,053		1,102	
быстрое – медленное	2,669	+	5,455	+	3,307	+
активное – пассивное	3,854	+	0,599		4,507	+

* М – молодые испытуемые, С – испытуемые среднего возраста, П – пожилые испытуемые

Знаком «+» отмечены статистически значимые различия ($p < 0,01$)

Сравнительный анализ семантических моделей в представлениях респондентов разных возрастных групп показывает наличие определенных тенденций.

Так, для респондентов молодого возраста социальная смелость в реальном общении является менее «активной», чем для респондентов среднего возраста; более «веселой», более «короткой», более «сложной», чем для респондентов пожилого возраста, и более «быстрой», чем для респондентов двух других возрастных групп.

Для респондентов среднего возраста социальная смелость в реальном общении является более «активной», чем для респондентов двух других возрастных групп. По шкале «быстрое – медленное» испытуемые среднего

возраста занимают среднюю, промежуточную позицию между молодыми и пожилыми испытуемыми, что обратно коррелирует с возрастом.

По сравнению с испытуемыми пожилого возраста, представления о социальной смелости в реальном общении испытуемых среднего возраста выглядят более «короткими», более «малыми», менее «старыми» и менее «полными».

В представлениях респондентов старшего возраста выделяется наибольшее количество отличительных тенденций: люди пожилого возраста представляют себе социальную смелость в реальном общении как более «полную», «длинную», «большую», «старую», чем респонденты среднего возраста, и более «медленную» и «пассивную», чем испытуемые двух других возрастных групп.

Сравним рассматриваемые группы испытуемых трех возрастов по факторам Семантического дифференциала, выделенным Ч. Осгудом.

Статистический анализ показывает, что испытуемые совершенно не различаются по фактору О (отношения), а по факторам С (силы) и А (активности) наблюдаются различия лишь между отдельными возрастными группами.

Так, значения фактора С (силы) наименьшие для испытуемых среднего возраста и максимальны для старших респондентов. В соответствии с этим, имеются статистически значимые различия по этому фактору между испытуемыми среднего возраста и двух других возрастных групп. При этом отсутствуют статистически значимые различия по фактору С между молодыми и пожилыми респондентами.

По фактору А (активности), напротив, группы «молодых» и «средних» испытуемых статистически не различаются, в то время, когда значения фактора А (активности) у зрелых испытуемых статистически значимо меньше, чем у респондентов двух других групп.

Подводя итог анализу семантического содержания представлений респондентов разных возрастных групп о понятии «социальная смелость в реальном общении», можно сделать следующие выводы:

1. Существует семантическая дифференциация понятия «социальная смелость в реальном общении» разными возрастными группами.

2. Большинство шкал семантического пространства понятия «социальная смелость в реальном общении» в представлениях респондентов всех возрастных возрастов расположены в зоне сильных значений. Это свидетельствует о том, что для всех участников исследования понятие социальной смелости является значимой категорией. Вместе с тем выявлено, что для респондентов молодого возраста это понятие является более значимым, чем для представителей других возрастных групп.

3. Семантическое поле понятия «социальная смелость в реальном общении» в представлениях респондентов всех возрастных групп имеет преимущественно позитивную направленность. Вместе с тем, более дифференцированные реакции на это понятие продемонстрировали представители среднего и пожилого возраста.

4. Респонденты всех возрастных групп считают социальную смелость необходимым фактором успешности реального общения и в то же время считают это понятие скорее «простым» и «старым», чем «сложным» и «новым». При этом представители среднего возраста в большей степени, чем респонденты двух других возрастных групп, оценивают важность этого понятия для эффективного взаимодействия людей в контексте реального общения.

3.3.2. Анализ результатов исследования представлений о понятии

«социальная смелость в интернет-коммуникации»

в различных возрастных группах

Проведем аналогичную процедуру анализа результатов исследования относительно понятия «социальная смелость в интернет-коммуникации».

Результаты оценивания семантического содержания этого понятия разными возрастными группами представлены в таблице 3.9, а также на рисунке 3.12.

Таблица 3.9 - Среднегрупповые показатели по шкалам семантического дифференциала у разных возрастных категорий относительно понятия «социальная смелость в интернет-коммуникации»*

Шкалы \ Возраст, лет	19–35 (М)		36–55 (С)		56–70 (П)	
	<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>M</i>	<i>s</i> ²	<i>m</i>	<i>s</i> ²
Фактор О	1,88	0,28	1,56	0,28	1,15	0,32
веселое – грустное	2,20	1,07	1,65	0,99	1,20	1,83
хорошее – плохое	2,40	1,00	2,20	1,15	1,70	1,12
полное – пустое	1,90	1,21	1,60	1,00	1,20	1,68
светлое – темное	1,00	1,97	0,80	2,04	0,50	2,13
Фактор С	-0,88	0,25	-0,83	0,28	-0,57	0,26
длинное – короткое	-1,20	1,30	-1,50	0,84	-0,40	1,10
большое – малое	-1,50	0,84	-1,70	1,10	-1,88	1,17
сильное – слабое	-1,60	0,98	-1,20	1,53	-1,90	1,08
сложное – простое	0,80	1,15	1,10	1,61	1,90	1,18
Фактор А	1,40	0,25	1,40	0,24	1,45	0,21
новое – старое	1,50	0,86	1,90	1,08	2,60	0,47
теплое – холодное	-0,90	1,86	-1,20	1,45	-1,70	1,00
быстрое – медленное	2,40	1,05	2,10	1,10	2,20	1,02
активное – пассивное	2,60	0,60	2,80	0,39	2,70	0,52

* *m* – групповое среднее арифметическое, *s*² – выборочная дисперсия

М – молодые испытуемые, С – испытуемые среднего возраста, П – пожилые испытуемые

Рассмотрим представления о понятии «социальная смелость в интернет-коммуникации» респондентов *возрастной группы 19–35 лет*.

Из результатов исследования следует, что семантическое пространство оцениваемого понятия имеет более сложное строение, чем семантическое пространство понятия «социальная смелость в реальном общении». Оценки шкал имеют разную векторную направленность. Наблюдается равномерное распределение шкал в зоне сильных значений позитивной направленности, слабых значений позитивной направленности и слабых значений негативной направленности. Это свидетельствует о том, что категория «социальная смелость в интернет-коммуникации» связана с меньшей интенсивностью реакций респондентов на это социально-психологическое понятие и с его меньшей

семантической индивидуальной значимостью в сознании респондентов молодого возраста, чем та же самая категория в контексте реального общения.

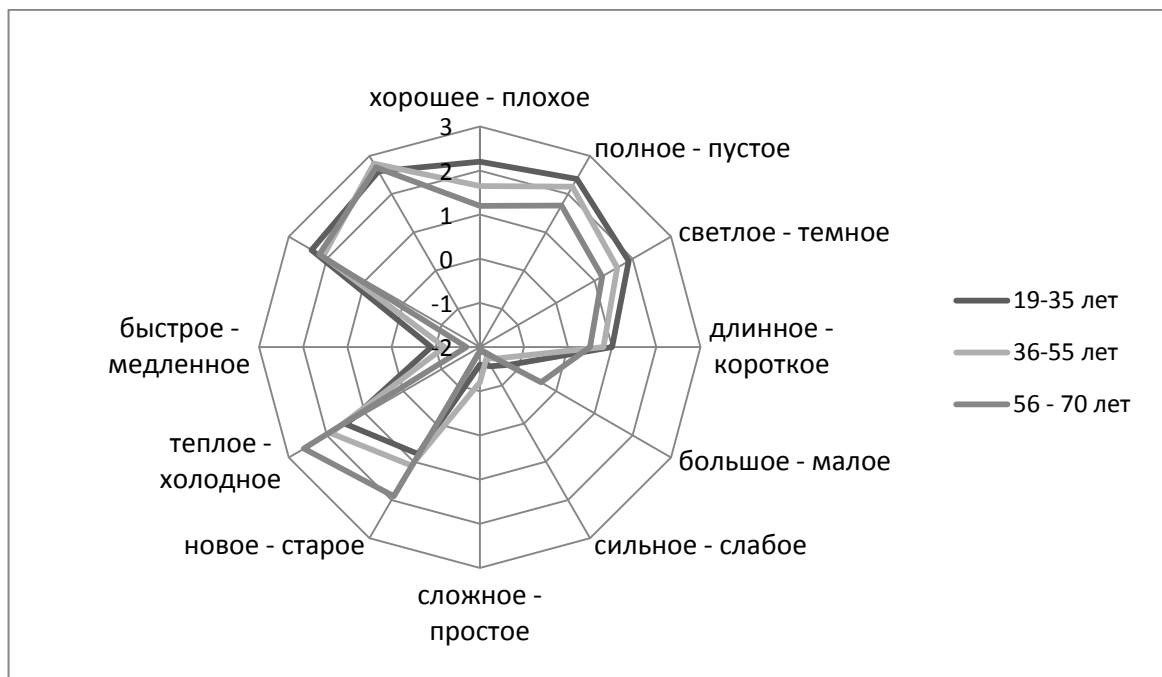


Рисунок 3.12 - Профиль значений шкал семантического дифференциала по каждой возрастной группе для понятия «социальная смелость в интернет-коммуникации»

Количественная и качественная характеристика понятия «социальная смелость в интернет-коммуникации» является более неоднородной, чем характеристика понятия «социальная смелость в реальном общении». Семантическое пространство понятия «социальная смелость в интернет-коммуникации» представлено такими шкалами, как «активное», «хорошее» и «быстрое». Эти характеристики получили в молодой возрастной группе наибольшие значения. Результаты свидетельствуют о том, что в сознании молодых респондентов социальная смелость, проявляющаяся в интернет-коммуникации, семантически представлена иначе, чем та же самая категория в контексте реального общения. Социальная смелость в интернет-коммуникации представляется им как понятие, требующего от человека большой активности и скорости действий и являющийся «хорошей» социально-психологической категорией. Вместе с тем социальная смелость в интернет-коммуникации представляется молодым респондентам явлением более «холодным» по

эмоциональной насыщенности и более «коротким» по продолжительности, чем социальная смелость в контексте реального общения.

Анализ показал, что в семантической модели социальной смелости в интернет-коммуникации представлено больше шкал негативной направленности, чем в семантическом поле той же категории в контексте реального общения. Социальная смелость, которая необходима для осуществления интернет-коммуникации, оценивается молодыми респондентами более «слабой», «малой», «короткой» и «холодной».

Фактор успешности при оценке социальной смелости в интернет-коммуникации резко снизился, по сравнению с оценкой той же категории в реальном общении, и составил 1,13 балла. Из этого можно сделать вывод о том, что, по мнению молодых респондентов, в интернет-среде, при осуществлении интернет-коммуникаций, социальная смелость в меньшей степени определяет эффективность общения, чем в контексте реального взаимодействия.

Таким образом, семантический анализ показал, что в сознании молодых респондентов социальная смелость в интернет-коммуникации представляется понятием, который требует от человека активности и быстроты действий, является скорее «холодным», чем «теплым», по эмоциональной направленности и скорее «коротким», чем «длинным», по продолжительности. Кроме того, это понятие воспринимается молодыми участниками более «новым» и «сложным», чем эта же категория в контексте реального общения.

Итак, семантическое содержание понятия «социальная смелость в интернет-коммуникации» в представлениях респондентов молодого возраста имеет следующие особенности:

1. Смысловое значение понятия «социальная смелость в интернет-коммуникации» для молодых участников исследования имеет более низкую интенсивность и значимость, чем смысловое значение этой же категории в контексте реального общения.

2. Семантическое пространство понятия «социальная смелость в интернет-коммуникации» имеет более сложную и неоднородную структуру, чем

семантическое пространство понятия «социальная смелость в реальном общении».

3. Семантическое пространство понятия социальной смелости, необходимой в интернет-коммуникации, составляют шкалы «активное», «хорошее», «быстрое», определяющие содержание понятия в сознании молодых респондентов.

4. Молодые респонденты считают наличие социальной смелости в интернет-коммуникации менее важным фактором успешности, чем во взаимодействия с людьми в контексте реального общения.

Обратимся к результатам семантического дифференциала в *возрастной группе 36–55 лет*.

Результаты свидетельствуют о том, что семантическая модель категории «социальная смелость в интернет-коммуникации» имеет неоднородную структуру и представлена преимущественно шкалами, которые находятся в зоне слабых положительных значений и слабых отрицательных значений. Шкал, которые имеют сильную выраженность и положительную направленность, в этой семантической модели меньше, чем в модели «социальной смелости в реальном общении». Это говорит о том, что оцениваемое понятие не является для представителей среднего поколения значимым понятием.

Модель категорий, определяющих в первую очередь содержание понятия в сознании людей среднего возраста, выражена шкалами «активное», «хорошее» и «быстрое». Негативная направленность в семантической модели этой возрастной группы представлена такими шкалами, как «малое», «короткое», «слабое» и «холодное». Интересным является тот факт, что шкалы «сложное – простое», «теплое – холодное» и «новое – старое» в представлениях людей среднего возраста изменили свою направленность: социальная смелость в контексте интернет-среды представляется сложной, новой и холодной категорией.

Обращает на себя внимание, что фактор «успешность» в этой семантической модели резко снизился и составил 1,26 балла. Это говорит о том, что, по мнению респондентов среднего возраста, наличие социальной смелости в

интернет-коммуникациях не является фактором, определяющим эффективность взаимодействия людей. То есть респонденты среднего возраста полагают, что в реальном общении проявление социальной смелости является более важным, чем в интернет-среде.

Итак, семантическое содержание понятия «социальная смелость в реальном общении» в представлениях участников среднего возраста характеризуется следующими особенностями:

1. Семантическое поле понятия «социальная смелость в интернет-коммуникации» имеет более сложную структуру, чем семантическая модель «социальной смелости в реальном общении», составлено шкалами разной интенсивности и направленности и свидетельствует о меньшей значимости этого понятия для респондентов.

3. Семантически социальная смелость, необходимая в интернет-коммуникации, воспринимается респондентами среднего возраста как «активная», «хорошая» и «быстрая». Вместе с тем эта категория воспринимается как «сложная», «новая» и «холодная».

4. Респонденты среднего возраста оценивают влияние социальной смелости на эффективность интернет-коммуникации ниже, чем влияние этой категории на эффективность реального общения.

Опишем представления о понятии «социальная смелость в интернет-коммуникации» респондентов *возрастной группы 56–70 лет*.

В целом, относительно понятия социальной смелости сохранилась позитивная направленность представлений, однако интенсивность реакций респондентов на это понятие снизилась. В зону сильных значений попали только шкалы «активное», «новое» и «быстрое». Остальные шкалы имеют слабую выраженность. Это говорит о том, что значимость понятия социальной смелости в данном контексте общения снизилась.

Увеличилось число шкал, получивших негативную направленность: социальная смелость в интернет-среде представляется респондентам как категория «малая», «слабая», «холодная» и «короткая».

Фактор успешности в этой возрастной группе получил самое низкое значение и составил 0,83 балла. Это говорит о том, что респонденты старшего возраста считают наличие социальной смелости в интернет-коммуникации необязательным и не влияющим на эффективность данного контекста общения.

Итак, семантическое содержание понятия «социальная смелость в интернет-коммуникации» в представлениях участников старшего возраста характеризуется особенностями, которые также проявились в других возрастных группах, а именно: семантическая значимость понятия «социальная смелость в интернет-коммуникации» в сознании респондентов является скорее слабой, чем сильной; сохраняется в целом позитивная направленность этого понятия, вместе с тем появляются шкалы негативной направленности; значение понятия «социальная смелость» как фактора эффективного взаимодействия людей в интернет-среде понижается.

Сравнительный статистический анализ семантических моделей в представлениях респондентов разных возрастных групп, проведенный с помощью критерия Стьюдента, показывает наличие определенных тенденций. Эмпирические значения t критерия Стьюдента приведены в таблице 3.10.

Таблица 3.10 - Эмпирические значения t критерия Стьюдента по шкалам семантического дифференциала у разных возрастных категорий относительно понятия «социальная смелость в интернет-коммуникации»*

Шкалы Сравниваемые группы	М – С		М – П		С – П	
	t	вывод	t	вывод	t	вывод
Фактор О	3,743	+	8,377	+	4,777	+
веселое – грустное	3,425	+	5,247	+	2,396	
хорошее – плохое	1,219		4,293	+	2,966	+
полное – пустое	1,806		3,685	+	2,184	
светлое – темное	0,893		2,208		1,315	
Фактор С	0,614		3,801	+	3,114	+
длинное – короткое	1,836		4,614	+	7,065	+
большое – малое	1,286		2,388		1,057	
сильное – слабое	2,260		1,871		3,877	+
сложное – простое	1,615		6,447	+	4,284	+
Фактор А	0,000		0,657		0,665	
новое – старое	2,569		8,526	+	5,030	+
теплое – холодное	1,473		4,231	+	2,857	+
быстрое – медленное	1,827		1,242		0,613	
активное – пассивное	1,800		0,847		0,940	

* М – молодые испытуемые, С – испытуемые среднего возраста, П – пожилые испытуемые
 Знаком «+» отмечены статистически значимые различия ($p < 0,01$)
 Критическое значение $t_{0,01} = 2,607$ соответствует вероятности $p < 0,01$ и числу степеней свободы $df = 158$.

Так, для респондентов молодого возраста социальная смелость в интернет-коммуникации является более «веселой», чем для респондентов двух других возрастных групп, а также более «хорошей», более «полной», более «короткой», менее «сложной», менее «новой» и менее «холодной», чем для испытуемых зрелого возраста.

Для респондентов среднего возраста социальная смелость в интернет-коммуникации является более «грустной», чем для молодых испытуемых, и более «хорошей», более «короткой», менее «слабой», менее «сложной», менее «новой» и менее «холодной», чем для испытуемых старшего возраста.

Респонденты старшего возраста представляют себе социальную смелость в интернет-коммуникации менее «хорошей» и «короткой», более «сложной», более «новой» и более «холодной», чем респонденты двух других возрастных групп, а

также менее «веселой» и менее «полной», чем молодые испытуемые, и более «слабой», чем испытуемые среднего возраста.

Испытуемые трех возрастов показали значимые различия по фактору О (отношения) и отсутствие различий по фактору А (активности). Так, фактор отношения имеет наибольшее значение в группе испытуемых молодого возраста и имеет тенденцию к понижению с возрастом. Что касается фактора С (силы), то значимые различия выявлены только у испытуемых старшего возраста, в то время когда молодые респонденты и испытуемые среднего возраста по этому фактору не отличаются.

Подводя итог анализу семантического содержания представлений респондентов разных возрастных групп о понятии «социальная смелость в интернет-коммуникации», можно сделать следующие выводы:

1. Респонденты всех возрастных групп демонстрируют слабую интенсивность реакций на понятие «социальная смелость в интернет-коммуникации», что говорит о том, что оцениваемое понятие не является значимым в сознании респондентов.

2. Во всех возрастных группах наблюдается тенденция смещения многих шкал семантического дифференциала в сторону негативных оценок. Это говорит о том, что семантически оцениваемое понятие воспринимается респондентами амбивалентно, как понятие, сочетающее в себе позитивные и негативные семантические характеристики.

3. Существует семантическая дифференциация оцениваемого понятия разными возрастными группами.

4. В представлениях респондентов всех возрастных групп наблюдается снижение показателей фактора «успешности», то есть респонденты разных возрастов считают, что наличие «социальной смелости» не является важным фактором, определяющим эффективное взаимодействие людей в контексте интернет-коммуникации.

3.3.3. Сравнительный анализ результатов исследования представлений различных возрастных групп о понятии «социальная смелость» в реальном общении и в интернет-коммуникации

В заключение параграфа, посвященного анализу результатов исследования представлений о понятии социальной смелости, проведем сравнительный анализ исследуемого понятия в реальном общении и в интернет-коммуникации.

Проведенный анализ результатов позволяет сделать вывод, с одной стороны, об отсутствии статистически значимых различий в оценках фактора О (отношения) понятия «социальная смелость» в реальном общении между всеми испытуемыми. С другой стороны, оценки «социальной смелости» в интернет-коммуникации по этому же фактору статистически значимо различаются во всех трех возрастных группах.

Оценки «социальной смелости» в интернет-коммуникации по фактору А (активности) статистически не различаются, а оценки того же фактора в реальном общении выделяют пожилых испытуемых в отдельный кластер с более низкими показателями активности, чем у респондентов остальных двух возрастных групп.

Еще более интересные различия наблюдаются по фактору С (силы). Значения этого фактора понятия «социальной смелости» в реальном общении оказываются более низкими у респондентов среднего возраста по сравнению с молодыми и пожилыми испытуемыми. Что касается оценки силы «социальной смелости» в интернет-коммуникации, то здесь выделяется группа испытуемых старшего возраста, а молодые респонденты и испытуемые среднего возраста по этому фактору статистически не различаются между собой.

С целью статистического анализа шкал Семантического дифференциала воспользуемся критерием Стьюдента для сравнения эмпирических результатов (см. таблицу 3.11).

Таблица 3.11 - Эмпирические значения t критерия Стьюдента по шкалам семантического дифференциала у разных возрастных категорий относительно понятия «социальная смелость» в реальном общении и интернет-коммуникации»*

Сравниваемые группы Шкалы	М		С		П	
	t	вывод	t	вывод	t	вывод
Фактор О	1,527		3,205	+	7,603	+
веселое – грустное	-1,203		0,626		0,975	
хорошее – плохое	-0,925		-1,170		2,344	
полное – пустое	4,836	+	6,446	+	10,006	+
светлое – темное	0,691		1,143		1,791	
Фактор С	20,092	+	16,151	+	19,355	+
длинное – короткое	3,542	+	2,743		5,258	
большое – малое	23,122	+	21,573	+	26,267	+
сильное – слабое	31,206	+	24,542	+	34,995	+
сложное – простое	-11,531	+	-14,141	+	-22,618	+
Фактор А	-2,570		-1,695		-7,490	+
новое – старое	-25,049	+	-25,608	+	-48,980	+
теплое – холодное	20,873	+	26,174	+	36,941	+
быстрое – медленное	-1,907		-2,546		-5,896	+
активное – пассивное	-1,382		1,102		-2,772	+

* М – молодые испытуемые, С – испытуемые среднего возраста, П - пожилые испытуемые
 Знаком «+» отмечены статистически значимые различия ($p < 0,01$)
 Критическое значение $t_{0,01} = 2,607$ соответствует вероятности $p < 0,01$ и числу степеней свободы $df = 158$.

Так, для респондентов молодого возраста социальная смелость в реальном общении воспринимается как более «сильная», более «большая», более «старая», более «теплая», более «простая», более «полная» и менее «короткая», чем социальная смелость в интернет-коммуникации.

Все шкалы фактора С (силы) имеют статистически значимые различия в оценках социальной смелости. Можно сказать, что социальная смелость в реальном общении кажется более «сильной», чем в интернет-коммуникации.

Респондентам среднего возраста социальная смелость в реальном общении представляется более «теплой», более «старой», более «сильной», более «большой», более «простой» и более «полной», чем в интернет-коммуникации.

Имеются статистически значимые различия по факторам О (отношения) и С (силы): социальная смелость в реальном общении оценивается испытуемыми среднего возраста как более привлекательная и более сильная.

Наконец, респонденты старшего возраста представляют себе социальную смелость в реальном общении как более «старую», более «теплую», более «сильную», более «простую», более «большую», более «полную», менее «быструю», менее «активную», чем в интернет-коммуникации.

У пожилых испытуемых все факторы семантического дифференциала показывают статистически значимые различия оценки социальной смелости в реальном общении и в интернет-коммуникации. Респонденты этой возрастной категории оценивают социальную смелость в реальном общении как более сильную, более привлекательную и менее активную по сравнению с социальной смелостью в интернет-коммуникации.

3.4. Анализ результатов исследования возрастных особенностей представлений о социально смелой личности в различных контекстах общения

Помимо понятия «социальная смелость», участники данного исследования также оценивали понятие «социально смелая личность». Последнее также предъявлялось в различных контекстах общения, а именно: в реальном общении и в интернет-коммуникации. Напомним, что для определения семантического содержания понятия использовалась методика «Личностный дифференциал». Методика сформирована путем выборки слов современного русского языка, описывающих социально-психологические черты личности, и позволяет изучить внутреннюю факторную структуру «модели личности», которую можно рассматривать как социальные представления, существующие в культуре и

развивающиеся у каждого человека в процессе социализации, в результате усвоения социального и языкового опыта.

Напомним, что в методике подобраны черты личности, в наибольшей степени характеризующие три классических фактора семантического дифференциала: оценки, силы и активности. *Фактор оценки (О)* интерпретируется как уровень привлекательности, симпатии, которым обладает один человек в восприятии другого. При этом положительные (+) значения этого фактора свидетельствуют о предпочтении объекта оценки, отрицательные (–) – об отвержении. *Фактор силы (С)* выявляет отношения доминирования – подчинения, как эти отношения воспринимаются субъектом оценки. *Фактор активности (А)* интерпретируется как экстравертированность – интровертированность личности в восприятии субъекта оценивания. Положительные (+) значения свидетельствуют о высоком уровне активности, общительности, импульсивности личности. Отрицательные (–) значения указывают на интровертированность, пассивность, спокойные эмоциональные реакции личности. Таким образом, с помощью личностного дифференциала можно изучить субъективные, эмоционально-смысловые представления человека как о самом себе, так и о других людях.

3.4.1. Анализ возрастных особенностей представлений о социально смелой личности в контексте реального общения

Результаты оценивания «социально смелой личности» в контексте реального общения разными возрастными группами представлены в таблице 3.12.

Таблица 3.12 - Среднегрупповые показатели по шкалам личностного дифференциала у разных возрастных категорий относительно понятия «социально смелая личность в реальном общении» (в баллах)

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Возрастные группы, лет					
			19–35		36–55		56–70	
			<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>m</i>	<i>s</i> ²
1	Обаятельный – непривлекательный	О	2,3	1,02	2,6	0,45	2,1	1,15
2	Сильный – слабый	С	2,5	0,53	2,3	1,07	2,8	0,36
3	Разговорчивый – молчаливый	А	2,4	1,05	2,6	0,42	2,8	0,39
4	Добросовестный – безответственный	О	2,6	0,39	2,2	1,20	2,4	1,03
5	Упрямый – уступчивый	С	2,3	1,02	2,1	1,10	2,8	0,36
6	Открытый – замкнутый	А	2,4	1,00	2,2	1,10	2,3	1,00
7	Добрый – эгоистичный	О	2,5	0,58	2,4	0,98	2,1	1,18
8	Независимый – зависимый	С	2,8	0,42	2,4	1,00	2,9	0,24
9	Деятельный – пассивный	А	2,6	0,60	2,8	0,39	2,9	0,27
10	Отзывчивый – черствый	О	2,8	0,39	2,5	0,68	2,6	0,62
11	Решительный – нерешительный	С	2,8	0,39	2,4	1,10	2,8	0,42
12	Энергичный – вялый	А	2,7	0,52	2,4	1,10	2,9	0,24
13	Справедливый – несправедливый	О	2,6	0,623	2,8	0,365	2,7	0,491
14	Напряженный – расслабленный	С	–1,8	1,175	0,5	1,316	–2,4	1,053
15	Суетливый – спокойный	А	–1,5	1,013	0,2	1,959	–2,1	1,230
16	Дружелюбный – враждебный	О	2,8	0,365	2,5	0,658	2,6	0,623
17	Уверенный – неуверенный	С	2,9	0,268	2,7	0,466	2,8	0,390
18	Общительный – нелюдимый	А	2,8	0,390	2,4	1,104	2,6	0,572
19	Честный – неискренний	О	2,7	0,466	2,7	0,441	2,9	0,243
20	Самостоятельный – несамостоятельный	С	2,7	0,415	2,6	0,597	2,9	0,268
21	Раздражительный – невозмутимый	А	–2,6	0,597	–2,2	1,149	–2,8	0,339

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Возрастные группы, лет					
			19–35		36–55		56–70	
			m	s^2	m	s^2	m	s^2
	<u>Факторы:</u>							
	Оценка	О	2,61	0,103	2,53	0,114	2,49	0,120
	Сила	С	2,03	0,106	2,14	0,136	2,09	0,091
	Активность	А	1,26	0,119	1,49	0,139	1,23	0,102

* m – групповое среднее арифметическое, s^2 – выборочная дисперсия

Рассмотрим, как представляют себе социально смелую личность в реальном общении респонденты возрастной группы 19–35 лет.

Обращает на себя внимание, что «модель личности» в представлениях молодых участников составлена шкалами, которые относятся к факторам оценки и силы. Показатели шкал значительно удалены от нейтральной позиции и находятся в диапазоне от +2 до +3. Это свидетельствует, во-первых, о сильной выраженности факторов, составляющих семантическое пространство оцениваемого понятия; во-вторых, о позитивной направленности факторов. Отметим, что в факторной структуре «социально смелой личности в реальном общении» ведущее значение занимает фактор оценки. Значения личностных характеристик, включающихся в данный фактор, попадают в диапазон от +2,5 до +2,8, что говорит о высокой степени семантической значимости этих характеристик в представлениях респондентов. Также высокую степень выраженности имеют личностные характеристики, описывающие фактор силы. Фактор активности получил наименьшее значение в «модели личности», хотя так же, как и остальные факторы, имеет положительную направленность.

Молодые испытуемые считают, что социально смелая личность, которая реально взаимодействует с другими людьми, имеет высокий уровень привлекательности в восприятии других, вызывает симпатию у других людей. Социально смелая личность, по представлениям молодых респондентов, является носителем таких позитивных характеристик, как «отзывчивая» и «дружелюбная»

(фактор оценки). Также в семантическое пространство этого понятия молодые люди включают такие характеристики, как «уверенная», «решительная» и «независимая» (фактор силы). Фактор активности представлен личностной характеристикой «общительная», получившей высокую семантическую значимость. Перечисленные характеристики имеют самую высокую степень семантической значимости в представлениях молодых участников исследования.

Обращает на себя внимание, что «социально смелую личность» в реальном общении молодые респонденты воспринимают как «невозмутимую», «расслабленную» и «спокойную».

Итак, анализ семантического содержания понятия «социально смелая личность в реальном общении» в представлениях участников молодого возраста показал:

1. Понятие «социально смелая личность в реальном общении» имеет для молодых участников исследования высокую семантическую значимость.
2. Семантическое поле этого понятия имеет позитивную направленность.
3. В структуре «социально смелой личности» ведущее значение имеют факторы оценки и силы.
4. Семантическое пространство понятия представлено личностными характеристиками, которые проявляются, прежде всего, в эмоциональных отношениях между людьми и в отношениях доминирования. «Социально смелая личность», по мнению молодых респондентов, отзывчивая, дружелюбная и уверенная.

В модели «социально смелой личности в реальном общении», которую составили представители среднего возраста, также ведущее значение занимает фактор оценки. Однако обращает на себя внимание тот факт, что наибольшую семантическую значимость в их представлениях получили личностные характеристики, которые не занимают ведущих позиций в моделях других возрастных групп, а именно: «справедливая» и «обаятельная». Можно сказать, что респонденты среднего возраста подчеркивают, прежде всего, харизматичность

социально смелой личности в контексте реального взаимодействия с другими людьми. Кроме того, социально смелая личность представляется им как «деятельная» и «уверенная».

Таким образом, анализ представлений о «социально смелой личности в реальном общении» участников среднего возраста показал:

1. Понятие «социально смелая личность в реальном общении» имеет для респондентов среднего возраста высокую семантическую значимость.
2. Факторная структура «социально смелой личности» представлена в первую очередь факторами оценки и силы, которые отражают уровень привлекательности личности и степень ее доминантности.
3. Эмоционально-смысловые представления о социально смелой личности в реальном общении складываются из таких личностных характеристик, которые свидетельствуют о справедливости и обаянии этой личности.

Модель «социально смелой личности в реальном общении» представителей старшего возраста имеет факторную структуру, сходную с другими возрастными группами. Ведущее значение имеет фактор оценки, отражающий уровень привлекательности личности. Фактор силы, выражающий волевые качества личности и степень ее доминантности в отношениях с другими, выражен в меньшей степени. На последнем месте в семантической модели стоит фактор активности, характеризующий экстравертированность личности.

Респонденты старшего возраста воспринимают «социально смелую личность в реальном общении», прежде всего, как «честную» и «самостоятельную» (фактор оценки). Эти личностные характеристики получили у респондентов старшего возраста максимальную выраженность (+2,9) и стоят на ведущих позициях в семантической модели, в отличие от других возрастных групп. Помимо указанных характеристик, представители старшего поколения также оценивают социально смелую личность как «независимую» (фактор силы), «деятельную» и «энергичную» (фактор активности).

Таким образом, анализ представлений о «социально смелой личности в реальном общении» участников старшего возраста показывает высокую

семантическую значимость этого понятия в сознании респондентов. Семантическое пространство этого понятия составляют в первую очередь характеристики личности, отражающие самостоятельность и независимость ее позиции в отношениях с другими людьми, степень ее честности, ее энергетический потенциал.

Сравнительный анализ семантических моделей «социально смелой личности» в представлениях респондентов разных возрастных групп выявил наличие определенных тенденций.

В представлениях респондентов старшего возраста выделяется наибольшее количество отличительных тенденций, касающихся портрета «социально смелой личности». Именно представители этой возрастной группы наделяют «социально смелую личность», реально взаимодействующую с другими людьми, наибольшей выраженностью многих личностных черт. По их мнению, «социально смелая личность» в реальном общении более сильная, разговорчивая, упрямая, независимая, деятельная, энергичная, спокойная, честная, самостоятельная и невозмутимая, в сравнении с представлениями двух других возрастных групп.

Статистический анализ содержания понятия «социально смелая личность в реальном общении» проводился с помощью критерия Стьюдента. Результаты статистического анализа (эмпирические значения t критерия Стьюдента) приведены в таблице 3.13.

Статистический анализ показал, что наибольшее количество значимых различий между шкалами личностного дифференциала обнаруживается при сравнении представлений респондентов среднего и старшего возраста. Получается, что представления респондентов среднего возраста о «социально смелой личности» в контексте реального общения ближе к представлениям молодых участников исследования. Вместе с тем следует подчеркнуть, что представления молодых и пожилых участников исследования имеют больше точек соприкосновения, чем представления респондентов среднего и пожилого возраста. Этот исследовательский факт представляется интересным и в какой-то

степени опровергающим общепринятое мнение о существовании большого разрыва между полярными возрастными поколениями.

Таблица 3.13 - Эмпирические значения t критерия Стьюдента по шкалам семантического дифференциала у разных возрастных категорий относительно понятия «социально смелая личность в реальном общении»*

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Сравниваемые группы					
			М–С		М–П		С–П	
			t	вывод	t	вывод	t	вывод
1	Обаятельный – непривлекательный	О	2,214		1,212		3,536	+
2	Сильный – слабый	С	1,412		2,834	+	3,729	+
3	Разговорчивый – молчаливый	А	1,474		2,978	+	1,987	
4	Добросовестный – безответственный	О	2,833	+	1,500		1,198	
5	Упрямый – уступчивый	С	1,227		3,797	+	5,167	+
6	Открытый – замкнутый	А	1,234		0,632		0,618	
7	Добрый – эгоистичный	О	0,716		2,695	+	1,827	
8	Независимый – зависимый	С	3,005	+	1,102		4,007	+
9	Деятельный – пассивный	А	1,800		2,884	+	1,102	
10	Отзывчивый – черствый	О	2,590		1,778		0,783	
11	Решительный – нерешительный	С	2,927	+	0,000		2,903	+
12	Энергичный – вялый	А	2,108		2,053		3,854	+
13	Справедливый – несправедливый	О	1,800		0,847		0,967	
14	Напряженный – расслабленный	С	13,03	+	3,595	+	16,85	+
15	Суетливый – спокойный	А	8,820	+	3,583	+	11,52	+
16	Дружелюбный – враждебный	О	2,653	+	1,800		0,790	
17	Уверенный – неуверенный	С	2,088		1,102		0,967	
18	Общительный – нелюдимый	А	2,927	+	1,824		1,382	
19	Честный – неискренний	О	0,001		2,125		2,164	

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Сравниваемые группы					
			М–С		М–П		С–П	
			<i>t</i>	<i>вывод</i>	<i>t</i>	<i>вывод</i>	<i>t</i>	<i>вывод</i>
20	Самостоятельный – несамостоятельный	С	0,889		2,164		2,884	+
21	Раздражительный – невозмутимый	А	2,707	+	1,848		4,399	+
	<u>Факторы:</u>							
	Оценка	О	1,646		2,437		0,793	
	Сила	С	2,079		1,152		1,073	
	Активность	А	4,023	+	0,543		4,682	+

* М – молодые испытуемые, С – испытуемые среднего возраста, П – пожилые испытуемые. Знаком «+» отмечены статистически значимые различия ($p < 0,01$). Критическое значение $t_{0,01} = 2,607$ соответствует вероятности $p < 0,01$ и числу степеней свободы $df = 158$.

В ходе статистического анализа были выявлены следующие значимые различия (см. таблицу 3.13). Молодые участники исследования значимо чаще, чем респонденты среднего возраста, оценивали «социально смелую личность» в реальном общении как более добросовестную, более независимую, более решительную, более дружелюбную и более общительную. В сравнении с респондентами 56–70 лет, молодые участники значимо чаще оценивают «социально смелую личность» как более добрую. Значимость характеристик, связанных с эмоциональной привлекательностью личности, объясняется, на наш взгляд, тем, что для молодых участников наиболее важными являются эмоциональные связи, возникающие во взаимодействии людей. И смелой, по их мнению, можно считать ту личность, которая может легко вызывать симпатию, налаживать контакты, которая воспринимается дружелюбной и привлекательной.

Для респондентов среднего возраста «социально смелая личность» в реальном общении является более «обаятельной», чем для респондентов старшего возраста.

Представители старшего возраста значимо чаще, чем респонденты двух других групп, воспринимают социально смелую личность в реальном общении

как более сильную, более упрямую, более расслабленную и спокойную. В сравнении с молодыми участниками, респонденты старшего возраста считают «социально смелую личность» в контексте реального общения более деятельной и разговорчивой, а в сравнении с участниками среднего возраста – более энергичной, самостоятельной и невозмутимой. Обращает на себя внимание, что люди старшего поколения социально смелой личностью считают ту личность, которая, прежде всего, способна совершать поступки, занимает во взаимодействии с другими людьми самостоятельную позицию, оставаясь при этом спокойной и невозмутимой.

Отдельно следует подчеркнуть следующий исследовательский факт. Представления респондентов среднего возраста значительно отличаются от представлений участников молодого и пожилого возраста по таким шкалам, как «независимая», «решительная», «напряженная», «спокойная» и «невозмутимая». В представлении участников среднего возраста «социально смелая личность в реальном общении» является более зависимой, нерешительной, раздражительной, суетливой и напряженной, чем в представлениях респондентов других возрастных групп. Этот исследовательский факт возможно объяснить тем, что люди данной возрастной группы в реальной жизни лучше других понимают, какие последствия могут иметь проявления социальной смелости, с какими реальными сложностями и преградами может столкнуться смелая личность. Возможно, эта возрастная группа испытывает большее количество разнообразных социальных страхов и переживает социальную нестабильность в большей степени, чем другие возрастные группы.

Таким образом, сравнение моделей «социально смелой личности в реальном общении» в представлениях респондентов разных возрастов обнаруживает достаточно четкую дифференциацию.

Обобщая результаты содержательного и статистического анализа содержания представлений респондентов разных возрастных групп о понятии «социально смелая личность в реальном общении», можно сделать следующие выводы:

1. Понятие «социально смелая личность в реальном общении» имеет высокую семантическую значимость для всех возрастных групп.

2. Семантическое поле понятия «социально смелая личность в реальном общении» в представлениях респондентов всех возрастных групп имеет ярко выраженную позитивную направленность.

3. Факторная структура модели «социально смелой личности в реальном общении» во всех возрастных группах является сходной. Она представлена, в первую очередь, факторами оценки и силы, которые отражают уровень привлекательности личности и степень ее доминантности; в меньшей степени выражен фактор активности.

4. Вместе с тем выявлена семантическая дифференциация этого понятия разными возрастными группами:

- Для респондентов молодого возраста наиболее важным является то обстоятельство, что социально смелая личность в реальном взаимодействии является эмоционально привлекательной, вызывает симпатию, является носителем позитивных личностных характеристик, связанных с эмоциональными отношениями. Следует отметить, что представления о «социально смелой личности» этой возрастной группы соотносятся с их же представлениями о понятии «социальная смелость в реальном общении». Последнее также описывалось молодыми участниками, прежде всего, через эмоциональные характеристики («хорошее», «веселое», «полное»).

- Специфика портрета «социально смелой личности», составленного респондентами среднего возраста, заключается в значимом преобладании фактора «активности». Это означает, что для людей среднего возраста характеристики социально смелой личности, которые выражают ее экстравертированность, являются более важными, чем для других возрастных групп. Однако следует отметить, что свидетельствами экстравертированности выступают проявления суетливости, раздражительности и напряженности. Подчеркнем, что представления участников этой возрастной группы о понятиях «социально смелая личность в реальном общении» и «социальная смелость в

реальном общении» соотносятся друг с другом. Последнее понятие также описывается ими через характеристики фактора «активности».

■ Семантическая модель «социально смелой личности в реальном общении» у представителей старшего возраста отличается большей дифференциацией личностных характеристик, значимо отличающихся от их степени выраженности в моделях других возрастных групп. Эта возрастная группа воспринимает «социально смелую личность» в реальном общении, прежде всего, как доминантную, оказывающую влияние на других людей. Следует отметить, что и в семантическом пространстве понятия «социальная смелость в реальном общении» ведущими характеристиками были те, которые относятся к фактору «силы» («сильное», «большое»). В представлениях респондентов старшего возраста социально смелая личность умеет подчинять себе других людей, доминировать над ними. Активность личности описывается через такие характеристики, как энергичность, деятельность, разговорчивость и невозмутимость.

5. Обнаружилась близость представлений о «социально смелой личности» в контексте реального общения у респондентов молодого и среднего возраста. Вместе с тем выявилось, что представления молодых и пожилых участников исследования имеют больше сходства, чем представления респондентов среднего и пожилого возраста. Это означает, что не существует большого разрыва между полярными возрастными поколениями.

Итак, для молодых участников исследования «социально смелая личность в реальном общении» является, прежде всего, эмоционально привлекательной; для респондентов среднего возраста – активной, экстравертированной; для представителей старшего возраста – доминантной, волевой, рассчитывающей на свои силы в трудных ситуациях. В этом заключается выявленная в исследовании семантическая специфика представлений.

3.4.2. Анализ возрастных особенностей в представлениях о социально смелой личности в интернет-коммуникации

Понятие «социально смелая личность» оценивалось респондентами разных возрастных групп не только в контексте реального общения, но и в интернет-коммуникации. В задачи исследования входило определение возрастной специфики представлений о понятии «социально смелая личность в интернет-коммуникации».

Результаты личностного дифференциала относительно понятия «социально смелая личность в интернет-коммуникации» и его факторной структуры в разных возрастных группах представлены в таблице 3.14.

Таблица 3.14 - Среднегрупповые показатели по шкалам личностного дифференциала у разных возрастных категорий относительно понятия «социально смелая личность в интернет-коммуникации»

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Возрастные группы, лет					
			19–35		36–55		56–70	
			<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>m</i>	<i>s</i> ²
1	Обаятельный – непривлекательный	О	2,3	1,07	2,7	0,52	1,5	0,91
2	Сильный – слабый	С	2,4	1,18	2,1	1,21	1,9	1,18
3	Разговорчивый – молчаливый	А	2,4	1,15	2,7	0,49	2,9	0,27
4	Добросовестный – безответственный	О	2,4	0,62	2,1	1,21	1,8	1,10
5	Упрямый – уступчивый	С	2,4	1,15	2,3	1,20	2,9	0,24
6	Открытый – замкнутый	А	2,3	1,00	2,1	1,10	1,7	0,95
7	Добрый – эгоистичный	О	2,4	0,60	2,3	1,15	1,5	1,11
8	Независимый – зависимый	С	2,8	0,39	2,5	0,58	2,6	0,52
9	Деятельный – пассивный	А	2,8	0,31	2,8	0,39	2,9	0,24
10	Отзывчивый – черствый	О	2,8	0,42	2,5	0,66	2,1	0,98
11	Решительный – нерешительный	С	2,7	0,49	2,3	1,15	2,6	0,62

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Возрастные группы, лет					
			19–35		36–55		56–70	
			m	s^2	m	s^2	m	s^2
12	Энергичный – вялый	А	2,7	0,44	2,4	1,05	2,6	0,57
13	Справедливый – несправедливый	О	2,6	0,597	2,5	0,658	2,3	0,744
14	Напряженный – расслабленный	С	–0,7	1,808	–0,3	1,251	–1,4	1,154
15	Суетливый – спокойный	А	–1,5	0,987	0,2	2,035	1,1	1,686
16	Дружелюбный – враждебный	О	2,2	1,200	2,1	1,256	1,9	1,129
17	Уверенный – неуверенный	С	2,2	1,251	2,2	1,225	1,9	1,154
18	Общительный – нелюдимый	А	1,8	1,251	1,9	1,256	1,6	1,154
19	Честный – неискренний	О	2,2	1,175	2,1	1,230	1,3	1,428
20	Самостоятельный – несамостоятельный	С	2,4	1,028	2,2	1,225	1,2	1,605
21	Раздражительный – невозмутимый	А	0,6	1,939	0,3	1,782	1,1	1,762
	Факторы:							
	Оценка	О	2,41	0,125	2,33	0,136	1,77	0,144
	Сила	С	2,03	0,140	1,90	0,148	1,67	0,131
	Активность	А	1,59	0,137	1,77	0,147	1,99	0,130

* m – групповое среднее арифметическое, s^2 – выборочная дисперсия

Наиболее высокие показатели в семантическом пространстве понятия «социально смелая личность в интернет-коммуникации» у респондентов возрастной группы 19–35 лет получили такие личностные характеристики, как «отзывчивая» и «справедливая» (фактор оценки), «независимая» и «решительная» (фактор силы), «деятельная» и «энергичная» (фактор активности). Факторы оценки и силы в структуре «социально смелой личности в интернет-коммуникации» находятся в зоне сильных значений, тогда как фактор активности имеет в представлениях респондентов меньшую семантическую значимость.

Таким образом, «социально смелая личность» в контексте интернет-среды воспринимается молодыми респондентами, прежде всего, привлекательной и сильной.

В соответствии с факторной структурой «социально смелой личности в интернет-коммуникации», полученной из представлений респондентов возрастной группы 36–55 лет, эту личность можно охарактеризовать как привлекательную, но не сильную и не активную, так как факторы силы и активности находятся в зоне слабых значений.

Портрет «социально смелой личности в интернет-коммуникации» составлен из личностных характеристик, имеющих преимущественно позитивную семантическую направленность. Наибольшие показатели получили такие личностные характеристики, как «деятельная», «обаятельная» и «разговорчивая». Также отмечаются высокой семантической значимостью характеристики «независимая», «отзывчивая», «справедливая».

В эмоционально-смысловых представлениях респондентов возрастной группы 56–70 лет поменялась факторная структура «социально смелой личности в интернет-коммуникации», в отличие от контекста реального общения. На первое место вышел фактор «активности». Факторы «оценки» и «силы» переместились из зоны сильных значений в зону слабых значений. В целом, все факторы, составляющие семантическое пространство «социально-смелой личности в интернет-коммуникации», находятся в зоне слабых значений.

Семантическое содержание оцениваемого понятия в этой возрастной группе описывается шкалами «разговорчивая» и «деятельная» (фактор «активности») и «упрямая» (фактор «силы»). Эти шкалы получили максимальные значения (+2,9). Также в портрет «социально смелой личности в интернет-коммуникации» включены такие личностные характеристики, как «независимая», «решительная», «энергичная».

Статистический анализ содержания понятия «социально смелая личность в реальном общении» проводился с помощью критерия Стьюдента. Результаты

статистического анализа (эмпирические значения t критерия Стьюдента) приведены в таблице 3.15.

Таблица 3.15 - Эмпирические значения t критерия Стьюдента по шкалам семантического дифференциала у разных возрастных категорий относительно понятия «социально смелая личность в интернет-коммуникации»*

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Сравниваемые группы					
			М–С		М–П		С–П	
			t	вывод	t	вывод	t	вывод
1	Обаятельный – непривлекательный	О	2,837	+	5,079	+	8,982	+
2	Сильный – слабый	С	1,738		2,911	+	1,158	
3	Разговорчивый – молчаливый	А	2,092		3,749	+	2,053	
4	Добросовестный – безответственный	О	1,985		4,090	+	1,768	
5	Упрямый – уступчивый	С	0,583		3,783	+	4,467	+
6	Открытый – замкнутый	А	1,234		3,849	+	2,498	
7	Добрый – эгоистичный	О	0,677		6,153	+	4,756	+
8	Независимый – зависимый	С	2,721	+	1,874		0,851	
9	Деятельный – пассивный	А	0,000		1,198		1,124	
10	Отзывчивый – черствый	О	2,590		5,306	+	2,798	+
11	Решительный – нерешительный	С	2,793	+	0,847		2,016	
12	Энергичный – вялый	А	2,196		0,889		1,403	
13	Справедливый – несправедливый	О	0,798		2,316		1,510	
14	Напряженный – расслабленный	С	2,046		3,638	+	6,344	+
15	Суетливый – спокойный	А	8,746	+	14,22	+	4,173	+
16	Дружелюбный – враждебный	О	0,571		1,758		1,158	
17	Уверенный – неуверенный	С	0,000		1,730		1,739	
18	Общительный – нелюдимый	А	0,565		1,153		1,728	
19	Честный – неискренний	О	0,577		4,990	+	4,389	+

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Сравниваемые группы					
			М–С		М–П		С–П	
			<i>t</i>	<i>вывод</i>	<i>t</i>	<i>вывод</i>	<i>t</i>	<i>вывод</i>
20	Самостоятельный – несамостоятельный	С	1,192		6,615	+	5,316	+
21	Раздражительный – невозмутимый	А	1,391		2,325		3,801	+
	<u>Факторы:</u>							
	Оценка	О	1,502		11,08	+	9,413	+
	Сила	С	2,140		6,131	+	3,867	+
	Активность	А	3,118	+	6,925	+	3,644	+

* М – молодые испытуемые, С – испытуемые среднего возраста, П – пожилые испытуемые. Знаком «+» отмечены статистически значимые различия ($p < 0,01$).

Критическое значение $t_{0,01} = 2,607$ соответствует вероятности $p < 0,01$ и числу степеней свободы $df = 158$.

Статистический анализ выявил наличие значимых различий как в факторной структуре «социально смелой личности», так и на уровне отдельных шкал.

Прежде всего, обратим внимание на различия, выявленные в факторной структуре «социально смелой личности». В модели личности у респондентов старшего возраста значимо понизилась выраженность факторов «оценки» и «силы», в сравнении с двумя остальными возрастными группами. Это означает, что для представителей старшего поколения «социально смелая личность» в интернет-коммуникации утрачивает привлекательность и склонность к доминированию. Вместе с тем пожилые респонденты значимо чаще, чем представители других возрастных групп, отмечают активность, экстравертированность личности в этом контексте общения. На это указывает значимое возрастание фактора «активности», по сравнению с другими возрастными группами. Однако следует отметить, что фактор «активности», тем не менее, у всех возрастных групп находится в зоне слабых значений.

Для респондентов молодого возраста «социально смелая личность» в контексте интернет-коммуникации является более «доброй», «отзывчивой» и

«спокойной», чем для респондентов двух других возрастных групп. Эти различия являются значимыми.

Наиболее многочисленные отличительные тенденции наблюдаются в возрастных группах 19-35 и 56-70 лет. Так, молодым респондентам «социально смелая личность» в интернет-коммуникации значимо чаще представляется более «сильной», «открытой» и «добросовестной», чем респондентам старшего возраста. Молодые респонденты воспринимают «социально смелую личность» в интернет-коммуникации как более «самостоятельную» и «честную», чем участники старшего возраста. Кроме того, респондентам молодого возраста эта личность кажется более «обаятельной» и менее «раздражительной», чем людям старшего возраста. Значимые различия подтвердились в ходе статистического анализа.

Интересно отметить, что выявились значимые различия между возрастными группами 19-35 и 36-55 лет по шкалам «независимый» и «решительный». Молодые участники оценивают «социально смелую личность» в интернет-среде как более независимую и решительную, в отличие от респондентов среднего возраста, оценки которых по этим шкалам ближе к оценкам представителей старшего возраста.

Респонденты среднего возраста значимо чаще, в сравнении с двумя другими возрастными группами, представляют «социально смелую личность» в интернет-коммуникации «обаятельной». Обаятельность, по их мнению, является одной из ведущих характеристик «социально смелой личности» как в контексте интернет-взаимодействия, так и в реальном общении. Кроме того, обнаружились значимые различия с представителями старшего возраста по шкалам «честная» и «самостоятельная». В оценках этих личностных характеристик респонденты среднего возраста ближе к молодым участникам.

Специфика представлений о «социально смелой личности» в интернет-коммуникации у респондентов старшего возраста заключается в том, что они представляют эту личность более «упрямой», «суетливой», «раздражительной» и «расслабленной», чем респонденты других возрастных групп. То есть участникам

старшего возраста представляется, что личность в интернет-взаимодействии утрачивает волевые качества и стремление к доминированию, становясь расслабленной, но при этом упрямой, а активность личности проявляется через суетливость и раздражительность. Кроме того, респонденты старшего возраста, по сравнению с молодыми участниками, значительно чаще воспринимают личность в интернет-среде как разговорчивую. Характеристика «разговорчивый» также усиливает активность личности, по мнению пожилых респондентов.

Таким образом, обнаруживаются статистически значимые различия в семантическом содержании представлений различных возрастных групп о «социально смелой личности в интернет-коммуникации».

Обобщая результаты содержательного и статистического анализа содержания представлений респондентов разных возрастных групп о понятии «социально смелая личность в интернет-коммуникации», можно сделать следующие выводы:

1. Понятие «социально смелая личность в интернет-коммуникации» имеет высокую семантическую значимость в представлениях молодых респондентов, в то время как в представлениях участников среднего и старшего возраста это понятие перемещается в зону умеренной семантической значимости.

2. Семантическое поле оцениваемого понятия представлено шкалами личностного дифференциала, имеющими преимущественно позитивную направленность.

3. Выявлены значимые различия в факторной структуре «социально смелой личности в интернет-коммуникации» у респондентов разных возрастных групп. Ведущим фактором в модели оцениваемой личности у респондентов молодого и среднего возраста является фактор оценки, тогда как у пожилых респондентов – фактор активности. Это означает, что участники молодого и среднего возраста воспринимают «социально смелую личность в интернет-коммуникации» более привлекательной и менее активной, чем респонденты старшего возраста.

4. Существуют значимые возрастные различия в семантике понятия «социально смелая личность в интернет-коммуникации» между всеми возрастными группами. Наиболее сильные различия в оценке исследуемого понятия обнаружились между респондентами молодого и старшего возраста. В целом, представления личности в интернет-взаимодействии у молодых респондентов более позитивное, чем у респондентов старшего возраста.

Итак, для молодых участников исследования «социально смелая личность в интернет-коммуникации» является, прежде всего, эмоционально привлекательной; для представителей старшего возраста – активной, экстравертированной, при этом проявлениями активности выступают суетливость и раздражительность. Респонденты среднего возраста не проявили четко выраженной специфики, примыкая то к молодой группе испытуемых, то к группе участников старшего возраста.

3.4.3. Анализ внутригрупповых особенностей представлений о социально смелой личности в различных контекстах общения

В соответствии с целью и гипотезами нашего исследования рассмотрим особенности представлений о понятии «социально смелая личность» в разных контекстах общения в каждой возрастной группе.

Результаты оценивания понятия «социально смелая личность» в разных контекстах общения респондентами возрастной группы 19–35 лет даны в таблице 3.16.

Таблица 3.16 - Факторная структура модели «социально смелой личности» в разных контекстах общения у респондентов 19–35 лет (в баллах)

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Оценки социально смелой личности				Значения критерия Стьюдента	
			в реальном общении		в интернет-коммуникации		<i>t</i>	<i>вывод</i>
			<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>m</i>	<i>s</i> ²		
1	Обаятельный – непривлекательный	О	2,3	1,02	2,30	1,07	0,000	
2	Сильный – слабый	С	2,5	0,53	2,40	1,18	0,684	
3	Разговорчивый – молчаливый	А	2,4	1,05	2,40	1,15	0,000	
4	Добросовестный – безответственный	О	2,6	0,39	2,40	0,62	1,780	
5	Упрямый – уступчивый	С	2,3	1,02	2,40	1,15	0,607	
6	Открытый – замкнутый	А	2,4	1,00	2,30	1,00	0,632	
7	Добрый – эгоистичный	О	2,5	0,58	2,40	0,60	0,823	
8	Независимый – зависимый	С	2,8	0,42	2,80	0,39	0,000	
9	Деятельный – пассивный	А	2,6	0,60	2,80	0,31	1,875	
10	Отзывчивый – черствый	О	2,8	0,39	2,80	0,42	0,000	
11	Решительный – нерешительный	С	2,8	0,39	2,70	0,49	0,953	
12	Энергичный – вялый	А	2,7	0,52	2,70	0,44	0,001	
13	Справедливый – несправедливый	О	2,6	0,623	2,6	0,597	0,001	
14	Напряженный – расслабленный	С	–1,8	1,175	–0,7	1,808	5,697	+
15	Суебливый – спокойный	А	–1,5	1,013	–1,5	0,987	0,001	
16	Дружелюбный – враждебный	О	2,8	0,365	2,2	1,200	4,290	+
17	Уверенный – неуверенный	С	2,9	0,268	2,2	1,251	5,080	+
18	Общительный – нелюдимый	А	2,8	0,390	1,8	1,251	6,982	+
19	Честный – неискренний	О	2,7	0,466	2,2	1,175	3,491	+
20	Самостоятельный – несамостоятельный	С	2,7	0,415	2,4	1,028	2,234	

* *m* – групповое среднее арифметическое, *s*² – выборочная дисперсия; Знаком «+» отмечены статистически значимые различия (*p* < 0,01); Критическое значение *t*_{0,01} = 2,607 соответствует вероятности *p* < 0,01 и числу степеней свободы *df* = 158.

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Оценки социально смелой личности				Значения критерия Стьюдента	
			в реальном общении		в интернет-коммуникации			
			<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>t</i>	<i>вывод</i>
21	Раздражительный – невозмутимый	А	–2,6	0,597	0,6	1,939	17,97	+
	<u>Факторы:</u>							
	Оценка	О	2,61	0,103	2,41	0,125	3,746	+
	Сила	С	2,03	0,106	2,03	0,140	0,001	
	Активность	А	1,26	0,119	1,59	0,137	5,834	+

Как показывает сравнительный анализ, факторы оценки и силы располагаются в зоне сильных значений. Ведущее значение имеет фактор оценки, который отражает уровень привлекательности социально смелой личности. Однако в структуре «социально смелой личности в интернет-коммуникации» значение фактора оценки значимо понижается. Это означает, что в представлениях молодых респондентов «социально смелая личность» в контексте интернет-коммуникации становится менее привлекательной.

Наименьший показатель в факторной структуре имеет фактор активности, однако его значение в структуре «социально смелой личности в интернет-коммуникации» повышается. Это различие является статически значимым. Молодые респонденты воспринимают «социально смелую личность» в интернет-коммуникации более активной, чем в реальном общении.

Таким образом, можно сказать, что факторная структура «социально смелой личности» в различных контекстах общения в представлениях молодых респондентов изменяется.

Содержательный анализ по шкалам личностного дифференциала показывает, что большинство шкал в модели «социально смелая личность в интернет-коммуникации» так же, как и в реальном общении, находятся в зоне

сильных значений и сохраняют позитивную направленность. Это свидетельствует о том, что понятие «социально смелая личность», независимо от того, в каком контексте происходит ее взаимодействие с другими людьми, имеет в сознании молодых респондентов высокую значимость.

Независимо от контекста общения, модель «социально смелой личности» содержательно описывается молодыми респондентами сходными характеристиками: «отзывчивая», «независимая», «решительная», «энергичная». Эти шкалы получили в обеих моделях высокие показатели. Вместе с тем обращает на себя внимание, что многие шкалы изменили свою семантическую направленность.

В ходе статистической обработки результатов выявлены значимые различия по ряду шкал (см. таблицу 16.). Молодые респонденты значимо чаще оценивают «социально смелую личность» в интернет-коммуникации как менее дружелюбную, менее уверенную, менее общительную и менее честную, чем в реальном общении. Кроме того, они отмечают, что в интернет-коммуникации «социально смелая личность» становится менее расслабленной, то есть происходит нарастание напряженности. Особо следует отметить полную смену семантической направленности шкалы «раздражительный – невозмутимый»: невозмутимая «социально-смелая личность» в реальном общении переходит в раздражительную «социально смелую личность» в контексте интернет-коммуникации.

Таким образом, результаты статистического анализа дают нам основание делать вывод об изменении семантики понятия «социально смелая личность» в различных контекстах общения у молодых респондентов.

В таблице 3.17 представлены результаты личностного дифференциала представителей возрастной группы 36–55 лет.

Таблица 3.17 - Факторная структура модели «социально смелой личности»
в разных контекстах общения у респондентов 36–55 лет (в баллах)

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Оценки социально смелой личности				Значения критерия Стьюдента	
			в реальном общении		в интернет-коммуникации			
			<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>t</i>	вывод
1	Обаятельный – непривлекательный	О	2,6	0,45	2,7	0,52	0,908	
2	Сильный – слабый	С	2,3	1,07	2,1	1,21	1,185	
3	Разговорчивый – молчаливый	А	2,6	0,42	2,7	0,49	0,938	
4	Добросовестный – безответственный	О	2,2	1,20	2,1	1,21	0,576	
5	Упрямый – уступчивый	С	2,1	1,10	2,3	1,20	1,180	
6	Открытый – замкнутый	А	2,2	1,10	2,1	1,10	0,603	
7	Добрый – эгоистичный	О	2,4	0,98	2,3	1,15	0,613	
8	Независимый – зависимый	С	2,4	1,00	2,5	0,58	0,712	
9	Деятельный – пассивный	А	2,8	0,39	2,8	0,39	0,000	
10	Отзывчивый – черствый	О	2,5	0,68	2,5	0,66	0,000	
11	Решительный – нерешительный	С	2,4	1,10	2,3	1,15	0,596	
12	Энергичный – вялый	А	2,4	1,10	2,4	1,05	0,001	
13	Справедливый – несправедливый	О	2,8	0,365	2,5	0,658	2,653	+
14	Напряженный – расслабленный	С	0,5	1,316	−0,3	1,251	4,466	+
15	Суебливый – спокойный	А	0,2	1,959	0,2	2,035	0,001	
16	Дружелюбный – враждебный	О	2,5	0,658	2,1	1,256	2,586	
17	Уверенный – неуверенный	С	2,7	0,466	2,2	1,225	3,439	+
18	Общительный – нелюдимый	А	2,4	1,104	1,9	1,256	2,911	+
19	Честный – неискренний	О	2,7	0,441	2,1	1,230	4,152	+
20	Самостоятельный – несамостоятельный	С	2,6	0,597	2,2	1,225	2,651	+

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Оценки социально смелой личности				Значения критерия Стьюдента	
			в реальном общении		в интернет-коммуникации			
			<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>t</i>	вывод
21	Раздражительный – невозмутимый	А	–2,2	1,149	0,3	1,782	13,06	+
	<u>Факторы:</u>							
	Оценка	О	2,53	0,114	2,33	0,136	3,578	+
	Сила	С	2,14	0,136	1,90	0,148	4,028	+
	Активность	А	1,49	0,139	1,77	0,147	4,683	+

* m – групповое среднее арифметическое, s^2 – выборочная дисперсия

Знаком «+» отмечены статистически значимые различия ($p < 0,01$)

Критическое значение $t_{0,01} = 2,607$ соответствует вероятности $p < 0,01$ и числу степеней свободы $df = 158$.

Несмотря на то, что факторная структура «социально смелой личности» в различных контекстах общения характеризуется одинаковым соотношением факторов, выраженность факторов в модели «социальной личности в интернет-коммуникации» значимо поменялась. Фактор оценки, хотя и остался в зоне сильных значений, значимо понизился. Фактор силы переместился из зоны сильных значений в зону слабых значений. Фактор активности, оставаясь по-прежнему в зоне слабых значений, существенно повысил степень своей выраженности. В ходе статистической обработки данных обнаружилось значимые различия по всей факторной структуре. Это свидетельствует о том, что семантика понятия «социально смелая личность» в различных контекстах общения у респондентов этой возрастной группы существенно меняется.

Для респондентов 36–55 лет «социально смелая личность в интернет-коммуникации» является менее привлекательной и вызывающей симпатию, менее доминантной и волевой и более экстравертированной, импульсивной, чем «социально смелая личность в реальном общении».

Семантическое пространство моделей «социально смелой личности» в разных контекстах общения составляют личностные характеристики, имеющие

сходную степень выраженности. Представители среднего поколения воспринимают «социально смелую личность», общающуюся как в контексте реального взаимодействия, так и в интернет-среде, «деятельной», «обаятельной», «разговорчивой», «независимой». Вместе с тем обнаружилось значимые различия в степени выраженности ряда личностных характеристик. В представлениях респондентов среднего возраста «социально смелая личность» в интернет-коммуникации проявляет себя менее уверенно. Она становится менее общительной и самостоятельной, а также менее справедливой и честной, чем «социально смелая личность», которая проявляет себя в реальном взаимодействии.

Обращает на себя внимание смена семантической направленности шкал «раздражительный – невозмутимый» и «напряженный – расслабленный». В представлениях респондентов среднего возраста «социально смелая личность» в интернет-коммуникации утратила силу, став расслабленной, но нарастила активность, став раздражительной.

Таким образом, статистический анализ показал, что и в группе респондентов среднего возраста обнаруживается дифференциация понятия «социально смелая личность» в различных контекстах общения.

Обратимся к результатам исследования в третьей *возрастной группе 56–70 лет*. Результаты представлены в таблице 3.18.

Таблица 3.18 - Факторная структура модели «социально смелой личности» в разных контекстах общения у респондентов 56–70 лет (в баллах)

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Оценки социально смелой личности				Значения критерия Стьюдента	
			в реальном общении		в интернет-коммуникации		<i>t</i>	вывод
			<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>m</i>	<i>s</i> ²		
1	Обаятельный – непривлекательный	О	2,1	1,15	1,5	0,91	3,739	+
2	Сильный – слабый	С	2,8	0,36	1,9	1,18	6,487	+
3	Разговорчивый – молчаливый	А	2,8	0,39	2,9	0,27	1,101	
4	Добросовестный – безответственный	О	2,4	1,03	1,8	1,10	3,677	+

№	Шкалы личностного дифференциала	Фактор	Оценки социально смелой личности				Значения критерия Стьюдента	
			в реальном общении		в интернет-коммуникации			
			<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>m</i>	<i>s</i> ²	<i>t</i>	<i>вывод</i>
5	Упрямый – уступчивый	С	2,8	0,36	2,9	0,24	1,155	
6	Открытый – замкнутый	А	2,3	1,00	1,7	0,95	3,843	+
7	Добрый – эгоистичный	О	2,1	1,18	1,5	1,11	3,546	+
8	Независимый – зависимый	С	2,9	0,24	2,6	0,52	3,078	+
9	Деятельный – пассивный	А	2,9	0,27	2,9	0,24	0,001	
10	Отзывчивый – черствый	О	2,6	0,62	2,1	0,98	3,536	+
11	Решительный – нерешительный	С	2,8	0,42	2,6	0,62	1,754	
12	Энергичный – вялый	А	2,9	0,24	2,6	0,57	2,981	+
13	Справедливый – несправедливый	О	2,7	0,491	2,3	0,744	3,219	+
14	Напряженный – расслабленный	С	–2,4	1,053	–1,4	1,154	6,021	+
15	Суебливый – спокойный	А	–2,1	1,230	1,1	1,686	16,76	+
16	Дружелюбный – враждебный	О	2,6	0,623	1,9	1,129	4,730	+
17	Уверенный – неуверенный	С	2,8	0,390	1,9	1,154	6,478	+
18	Общительный – нелюдимый	А	2,6	0,572	1,6	1,154	6,808	+
19	Честный – неискренний	О	2,9	0,243	1,3	1,428	11,07	+
20	Самостоятельный – несамостоятельный	С	2,9	0,268	1,2	1,605	11,11	+
21	Раздражительный – невозмутимый	А	–2,8	0,339	1,1	1,762	24,07	+
	Факторы:							
	Оценка	О	2,49	0,120	1,77	0,144	12,53	+
	Сила	С	2,09	0,091	1,67	0,131	7,973	+
	Активность	А	1,23	0,102	1,99	0,130	14,11	+

* m – групповое среднее арифметическое, s^2 – выборочная дисперсия; Знаком «+» отмечены статистически значимые различия ($p < 0,01$); Критическое значение $t_{0,01} = 2,607$ соответствует вероятности $p < 0,01$ и числу степеней свободы $df = 158$.

В третьей возрастной группе (56-70 лет) обнаружались самые существенные изменения в представлениях о «социально смелой личности», проявляющей себя в различных контекстах общения. Причем эти изменения касаются как факторной структуры личности, так и личностных характеристик.

Факторная структура «социально смелой личности в интернет-коммуникации» значительно отличается от факторной структуры личности, проявляющей себя в реальном общении. Во-первых, изменилось соотношение факторов. Фактор оценки уступил свое ведущее место фактору активности. Во-вторых, значения факторов оценки и силы переместились из зоны сильных значений в зону слабых значений. Выявлены статистически значимые различия по всем факторам структуры «социально смелой личности». Это свидетельствует о том, что семантическое поле понятия «социально смелая личность» в различных контекстах общения существенно меняется.

Респондентам 56–70 лет «социально смелая личность в интернет-коммуникации» представляется менее привлекательной, менее сильной, но более активной, чем «социально смелая личность в реальном общении».

Большинство шкал личностного дифференциала в модели «социально смелой личности в интернет-коммуникации» переместились из зоны сильных значений в зону слабых значений. Статистический анализ представленности личностных характеристик в обеих моделях «социально смелой личности» выявил самое большое количество значимых различий, в сравнении с результатами других возрастных групп. Это говорит о том, что в представлениях респондентов старшей возрастной группы поведение «социально смелой личности» в различных контекстах общения существенно отличается.

В портрете «социально смелой личности» в интернет-коммуникации, составленном респондентами старшей возрастной группы, все шкалы, которые относятся к фактору оценки, значимо понижаются. Социально смелая личность в интернет-среде утрачивает свое обаяние и дружелюбие, становится менее добросовестной, справедливой и честной, обнаруживает тенденцию к эгоистичности и черствости.

Кроме того, по мнению респондентов старшего возраста, «социально смелая личность» в интернет-коммуникации теряет свою силу, становясь менее самостоятельной, независимой и уверенной. В представлениях испытуемых старшего возраста «социально смелая личность» остается расслабленной, ненапряженной, однако выраженность этой характеристики значимо ниже, чем у «социально смелой личности» в реальном взаимодействии. Также «социально смелая личность» в интернет-коммуникации становится менее энергичной, общительной и открытой. Последние характеристики относятся к фактору активности личности, и ожидается, что активность «социально смелой личности» в интернет-среде должна снижаться. Однако в представлениях респондентов «социально смелая личность» в интернет-среде наращивает свою активность за счет раздражительности и суетливости.

В моделях «социально смелой личности» в разных контекстах общения происходит смена семантической направленности по шкалам «раздражительный – невозмутимый» и «суетливый – спокойный». В представлениях респондентов старшей возрастной группы, «социально смелая личность» в интернет-коммуникации утрачивает свою невозмутимость, становясь раздражительной, и наращивает активность, проявляя суетливость.

Таким образом, и в группе респондентов старшего возраста обнаруживаются значимые различия в факторной структуре и семантической наполненности моделей «социально смелой личности» в разных контекстах общения.

На основании результатов исследования можно сделать следующие выводы о специфике представлений каждой возрастной группы относительно понятия «социально смелая личность» в различных контекстах общения:

1. Во всех возрастных группах произошло общее снижение привлекательности «социально смелой личности в интернет-коммуникации», в сравнении с «социально смелой личностью в реальном общении». Однако снижение привлекательности в каждой возрастной группе произошло за счет определенных личностных характеристик. Так, у молодых респондентов (19-35

лет) «социально смелая личность» в интернет-коммуникации» становится менее дружелюбной и честной, чем в реальном общении. Респонденты среднего возраста (36-55 лет) воспринимают «социально смелую личность» в контексте интернет-среды менее справедливой и честной, чем в реальном взаимодействии. В представлениях участников старшего возраста (56-70 лет) о «социально смелой личности» выраженность всех шкал привлекательности значительно понизилась, при этом пожилые респонденты оценивают привлекательность «социально смелой личности» в интернет-коммуникации как самую низкую, в сравнении с другими возрастными группами.

2. В модели «социально смелой личности в интернет-коммуникации» всех возрастных групп отмечено общее повышение фактора активности, который интерпретируется как свидетельство экстравертированности личности. Респондентам всех возрастных групп представляется, что в интернет-среде «социально смелая личность» становится более зависимой от внешних обстоятельств, более импульсивной, демонстрирует более интенсивные, беспокойные эмоциональные реакции.

3. Обнаружилась смена семантической направленности по шкале «раздражительный – невозмутимый», которая относится к фактору активности. Во всех возрастных группах «социально смелая личность» в интернет-коммуникации воспринимается раздражительной, тогда как в реальном общении – невозмутимой.

4. Обнаружилось сходство в представлениях молодых и пожилых респондентов относительно выраженности шкал «сильный – слабый», «напряженный – расслабленный», «раздражительный – невозмутимый». По мнению представителей этих возрастных групп, «социально смелая личность» в реальном общении «сильная», «расслабленная» и «невозмутимая», тогда как в интернет-коммуникации – «менее сильная», «менее расслабленная» и «раздражительная». При этом различия между контекстами общения являются значимыми.

5. В представлениях респондентов среднего возраста выявлена иная модель «социально смелой личности», отличная от модели молодых и пожилых участников. «Социально смелая личность» воспринимается респондентами среднего возраста «сильной» в обоих контекстах общения; в реальном общении она представляется «напряженной», тогда как в интернет-взаимодействии – «расслабленной»; в реальном общении «социально смелая личность» оценивается как «менее невозмутимая», в сравнении с оценками молодых и пожилых респондентов. Можно сказать, что для респондентов среднего возраста «социально смелая личность» в принципе представляется более нервной, нестабильной и напряженной, чем участникам других возрастных групп.

6. Имеют место значимые различия между возрастными группами по шкале «суетливая – спокойная». В контексте реального взаимодействия «социально смелая личность» воспринимается самой спокойной респондентами старшего возраста, менее спокойной – молодыми респондентами и суетливой – участниками среднего возраста. В интернет-коммуникации семантическое содержание этой шкалы значимо меняется в представлениях респондентов старшего возраста: они воспринимают «социально смелую личность» самой суетливой. Респонденты среднего возраста не меняют своих представлений, считая, что «социально смелая личность» суетлива, неспокойна в обоих контекстах общения. Тогда как молодые участники воспринимают «социально смелую личность» спокойной в обоих контекстах общения.

3.5 Общие выводы по результатам эмпирического исследования

Эмпирическое исследование социальной смелости и социально смелой личности проводилось в соответствии с теоретической моделью, разработанной нами на основе анализа литературы. На рисунке 3.13 показано соответствие элементов структуры социальной смелости содержанию и этапам эмпирического

исследования представлений об этом понятии у респондентов разных возрастных групп.

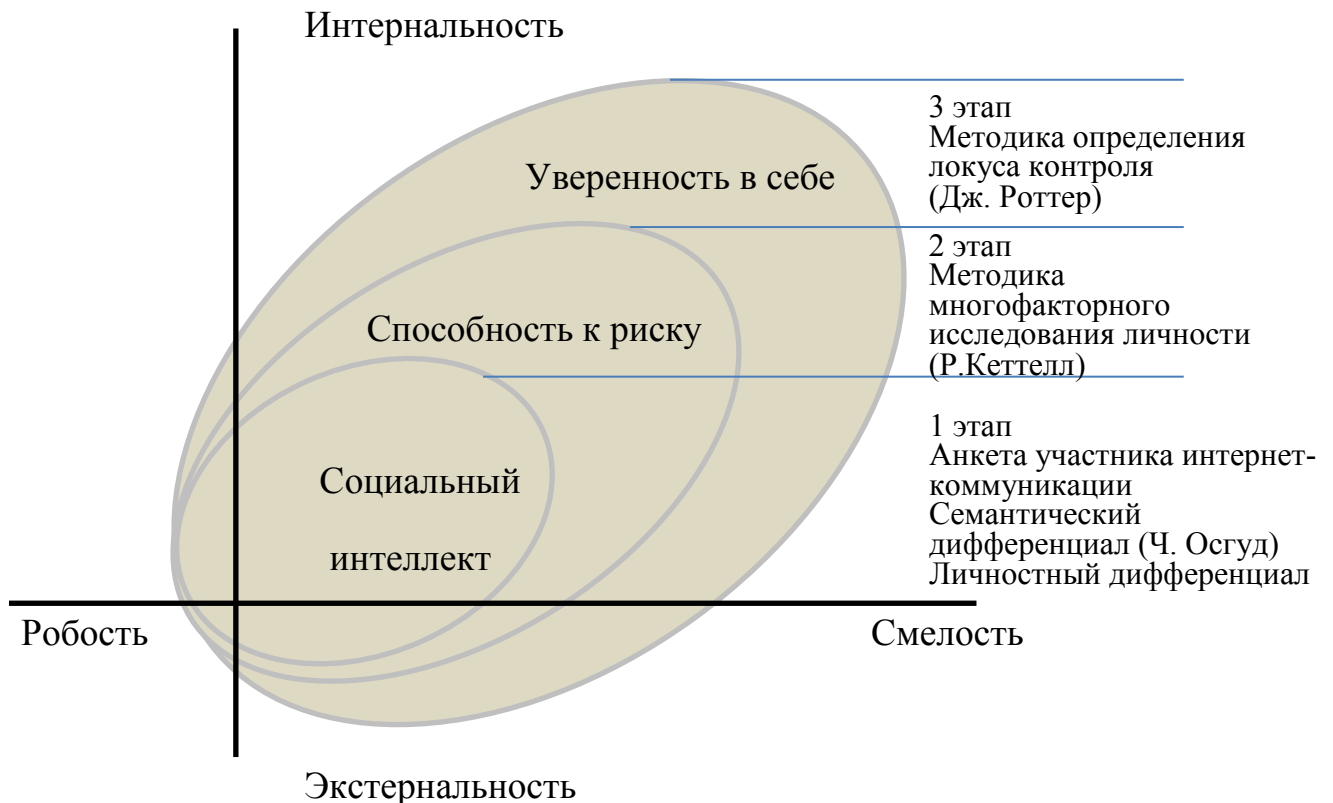


Рисунок 3.13 - Практическая модель изучения представлений о социальной смелости

На основе проведенного исследования нами были сделаны следующие общие выводы:

1. Эмоционально-смысловые представления респондентов разных возрастных групп о понятии социальной смелости в различных контекстах общения имеют как общие, так и отличительные характеристики.

2. Для всех возрастных групп понятие социальной смелости, проявляющийся в контексте реального общения, имеет высокую семантическую значимость и позитивную семантическую направленность. Понятие социальной смелости в контексте реального общения семантически представляется «сильной», «привлекательной» и «активной» категорией. Отмечается, что наличие социальной смелости является важным фактором, определяющим эффективное взаимодействие людей.

3. Представление о социальной смелости в контексте интернет-коммуникации изменяется во всех возрастных группах, обнаруживая четкие

внутригрупповые различия. Семантическая значимость понятия в сознании респондентов является скорее слабой, чем сильной; сохраняется в целом позитивная направленность шкал семантического дифференциала, вместе с тем появляются шкалы негативной направленности; значение понятия социальной смелости как фактора эффективного взаимодействия людей в интернет-среде понижается. Социальная смелость в интернет-коммуникации оценивается респондентами как «менее сильная», «менее привлекательная» и «более активная», по сравнению с социальной смелостью в реальном общении. При этом обнаружались значимые различия по фактору силы во всех возрастных группах; по фактору привлекательности – в группах среднего и старшего возраста; по фактору активности – в группе старшего возраста.

4. Имеют место значимые межгрупповые различия в семантическом содержании понятия «социальная смелость» в разных контекстах общения. Для молодых и пожилых респондентов понятия социальной смелости является более «сильной» категорией, чем для респондентов среднего возраста. Между молодыми и пожилыми респондентами больше сходства в оценках социальной смелости в реальном взаимодействии людей, чем между респондентами среднего и пожилого возраста. Это служит в некоторой степени опровержением существования кардинальных различий в представлениях полярных возрастных групп. Однако в семантике представления о социальной смелости в интернет-коммуникации группы респондентов молодого и среднего возраста становятся более близкими, в то время как группа пожилых респондентов представляет собой отдельный кластер с более низкими показателями по всем факторам, чем у респондентов двух других возрастных групп. В представлениях респондентов старшего возраста понятия социальной смелости в интернет-коммуникации представляется самым непривлекательным и слабым, в отличие от представлений респондентов других возрастных групп.

5. Имеют место как общие, так и отличительные тенденции в представлениях респондентами разных возрастных групп понятия «социально

смелая личность», которые во многом сходны с возрастными особенностями представлениях о понятии «социальная смелость».

6. Во всех возрастных группах произошло общее снижение привлекательности «социально смелой личности в интернет-коммуникации», в сравнении с «социально смелой личностью в реальном общении». Однако снижение привлекательности в каждой возрастной группе произошло за счет определенных личностных характеристик. Так, у молодых респондентов (19-35 лет) «социально смелая личность» в интернет-коммуникации становится менее дружелюбной и честной, чем в реальном общении. Респонденты среднего возраста (36-55 лет) воспринимают «социально смелую личность» в контексте интернет-среды менее справедливой и честной, чем в реальном взаимодействии. В представлениях участников старшего возраста (56-70 лет) о «социально смелой личности» выраженность всех шкал привлекательности значительно понизилась, при этом пожилые респонденты оценивают привлекательность «социально смелой личности» в интернет-коммуникации как самую низкую, в сравнении с другими возрастными группами.

7. В модели «социально смелой личности в интернет-коммуникации» всех возрастных групп отмечено общее повышение фактора активности, который интерпретируется как свидетельство экстравертированности личности. Респондентам представляется, что в интернет-среде «социально смелая личность» становится более зависимой от внешних обстоятельств, более импульсивной, демонстрирует более интенсивные, беспокойные эмоциональные реакции. Во всех возрастных группах «социально смелая личность» в интернет-коммуникации представляется раздражительной, тогда как в реальном общении – невозмутимой.

8. Обнаружилось сходство в представлениях молодых и пожилых респондентов, по мнению которых «социально смелая личность» в реальном общении «сильная», «расслабленная» и «невозмутимая», тогда как в интернет-коммуникации – «менее сильная», «менее расслабленная» и «раздражительная». При этом различия между контекстами общения являются значимыми.

9. В представлениях респондентов среднего возраста выявлена иная модель «социально смелой личности», отличная от модели молодых и пожилых участников. «Социально смелая личность» представляется этой возрастной группой «сильной» в обоих контекстах общения; в реальном общении она представляется «напряженной», тогда как в интернет-взаимодействии – «расслабленной»; в реальном общении «социально смелая личность» оценивается как «менее невозмутимая», в сравнении с оценками молодых и пожилых респондентов. Можно сказать, что для респондентов среднего возраста «социально смелая личность» в принципе представляется более нервной, нестабильной и напряженной, чем участникам других возрастных групп.

10. Имеют место значимые различия между возрастными группами по шкале «суетливая – спокойная». В контексте реального взаимодействия «социально смелая личность» представляется самой спокойной респондентами старшего возраста, менее спокойной – молодыми респондентами и суетливой – участниками среднего возраста. В интернет-коммуникации семантическое содержание этой шкалы значимо меняется в представлениях респондентов старшего возраста: они воспринимают «социально смелую личность» самой суетливой. Респонденты среднего возраста не меняют своих представлений, считая, что «социально смелая личность» не спокойна в обоих контекстах общения. Молодые участники воспринимают «социально смелую личность» спокойной в обоих контекстах общения.

Заключение

Проведенное исследование было посвящено изучению представлений о социальной смелости как социально-психологическом понятии. В результате проведенного исследования было установлено, что социальная смелость представляет собой сложное понятие, структура социальной смелости имеет сложное строение, и на теоретическом уровне нами рассмотрен механизм формирования социальной смелости в процессе социализации.

Проведенный теоретически анализ, позволил установить, что социальная смелость понимается как смелость в социальных контактах, неконформность в социальных ситуациях, социальный интеллект и воля к осуществлению социального взаимодействия, способность преодолеть страх, сохраняя эффективность деятельности.

Социально-психологическое понятие социальной смелости – это уже качество личности, которое приобретает в процессе социализации.

Под уровнем социальной смелости можно понимать баланс между страхом и готовностью к действию (при обязательном наличии нацеленности на совершения определенного действия). Если готовность действовать выше страха, то мы можем говорить о высоком уровне социальной смелости, если же наоборот, то уровень социальной смелости будет низок.

Человек, мало вовлеченный в интернет-коммуникацию, обладает низким уровнем социальной смелости и высоким уровнем социальных страхов, с увеличением времени вовлеченности в интернет-коммуникацию возрастает социальная смелость и уменьшается уровень социальных страхов. Общаясь с людьми посредством интернет-коммуникации, человек может высказываться анонимно, на него не оказывают прямого давления окружающие люди, он способен легко выйти из коммуникации, что увеличивает уровень социальной

смелости и позволяет личности преодолеть свои социальные страхи не только при общении через интернет, но и в реальной жизни.

Первая рабочая гипотеза о том, что семантическое содержание представлений людей о понятии социальной смелости и социально смелой личности в контексте реального общения будут отличаться от содержания представлений об этих категориях в контексте интернет-коммуникации, подтвердилась. Для всех возрастных групп понятие социальной смелости, проявляющийся в контексте реального общения, имеет высокую семантическую значимость и позитивную семантическую направленность. Понятие социальной смелости в контексте реального общения семантически представляется «сильной», «привлекательной» и «активной» категорией. Отмечается, что наличие социальной смелости является важным фактором, определяющим эффективное взаимодействие людей.

Представления о понятии социальной смелости в контексте интернет-коммуникации изменяется во всех возрастных группах, обнаруживая четкие внутригрупповые различия. Семантическая значимость понятия в сознании респондентов является скорее слабой, чем сильной; сохраняется в целом позитивная направленность шкал семантического дифференциала, вместе с тем появляются шкалы негативной направленности; значение понятия социальной смелости как фактора эффективного взаимодействия людей в интернет-среде понижается. Социальная смелость в интернет-коммуникации оценивается респондентами как «менее сильная», «менее привлекательная» и «более активная», по сравнению с социальной смелостью в реальном общении. При этом обнаружились значимые различия по фактору силы во всех возрастных группах; по фактору привлекательности – в группах среднего и старшего возраста; по фактору активности – в группе старшего возраста.

Вторая рабочая гипотеза о том, что существуют значимые возрастные различия в представлениях людей о понятии социальной смелости и социально смелой личности в различных контекстах общения, подтвердилась частично.

Эмоционально-смысловые представления респондентов разных возрастных групп о понятии социальной смелости в различных контекстах общения имеют как общие, так и отличительные характеристики.

Имеют место как общие, так и отличительные тенденции в представлениях респондентами разных возрастных групп понятия «социально смелая личность», которые во многом сходны с возрастными особенностями представления о понятии «социальная смелость».

Имеют место значимые межгрупповые различия в семантическом содержании понятия «социальная смелость» в разных контекстах общения. Для молодых и пожилых респондентов понятие социальной смелости является более «сильной» категорией, чем для респондентов среднего возраста. Между молодыми и пожилыми респондентами больше сходства в оценках социальной смелости в реальном взаимодействии людей, чем между респондентами среднего и пожилого возраста. Это служит в некоторой степени опровержением существования кардинальных различий в представлениях полярных возрастных групп. Однако в семантике представлений о социальной смелости в интернет-коммуникации группы респондентов молодого и среднего возраста становятся более близкими, в то время как группа пожилых респондентов представляет собой отдельный кластер с более низкими показателями по всем факторам, чем у респондентов двух других возрастных групп. В представлениях респондентов старшего возраста понятие социальной смелости в интернет-коммуникации представляется самым непривлекательным и слабым, в отличие от представлений респондентов других возрастных групп.

Обнаружилось сходство в представлениях молодых и пожилых респондентов, по мнению которых «социально смелая личность» в реальном общении «сильная», «расслабленная» и «невозмутимая», тогда как в интернет-коммуникации – «менее сильная», «менее расслабленная» и «раздражительная». При этом различия между контекстами общения являются значимыми.

В представлениях респондентов среднего возраста выявлена иная модель «социально смелой личности», отличная от модели молодых и пожилых

участников. «Социально смелая личность» воспринимается этой возрастной группой «сильной» в обоих контекстах общения; в реальном общении она представляется «напряженной», тогда как в интернет-взаимодействии – «расслабленной»; в реальном общении «социально смелая личность» оценивается как «менее невозмутимая», в сравнении с оценками молодых и пожилых респондентов. Можно сказать, что для респондентов среднего возраста «социально смелая личность» в принципе представляется более нервной, нестабильной и напряженной, чем участникам других возрастных групп.

Во всех возрастных группах произошло общее снижение привлекательности «социально смелой личности в интернет-коммуникации», в сравнении с «социально смелой личностью в реальном общении». Однако снижение привлекательности в каждой возрастной группе произошло за счет определенных личностных характеристик. Так, у молодых респондентов (19-35 лет) «социально смелая личность» в интернет-коммуникации» становится менее дружелюбной и честной, чем в реальном общении. Респонденты среднего возраста (36-55 лет) воспринимают «социально смелую личность» в контексте интернет-среды менее справедливой и честной, чем в реальном взаимодействии. В представлениях участников старшего возраста (56-70 лет) о «социально смелой личности» выраженность всех шкал привлекательности значительно понизилась, при этом пожилые респонденты оценивают привлекательность «социально смелой личности» в интернет-коммуникации как самую низкую, в сравнении с другими возрастными группами.

В модели «социально смелой личности в интернет-коммуникации» всех возрастных групп отмечено общее повышение фактора активности, который интерпретируется как свидетельство экстравертированности личности. Респондентам представляется, что в интернет-среде «социально смелая личность» становится более зависимой от внешних обстоятельств, более импульсивной, демонстрирует более интенсивные, беспокойные эмоциональные реакции. Во всех возрастных группах «социально смелая личность» в интернет-коммуникации

воспринимается раздражительной, тогда как в реальном общении – невозмутимой.

Имеют место значимые различия между возрастными группами по шкале «суетливая – спокойная». В контексте реального взаимодействия «социально смелая личность» воспринимается самой спокойной респондентами старшего возраста, менее спокойной – молодыми респондентами и суетливой – участниками среднего возраста. В интернет-коммуникации семантическое содержание этой шкалы значимо меняется в представлениях респондентов старшего возраста: они воспринимают «социально смелую личность» самой суетливой. Респонденты среднего возраста не меняют своих представлений, считая, что «социально смелая личность» не спокойна в обоих контекстах общения. Тогда как молодые участники воспринимают «социально смелую личность» спокойной в обоих контекстах общения.

Основная гипотеза о том, что эмоционально-смысловые представления респондентов разных возрастов о социальной смелости и социально смелой личности, проявляющихся в различных контекстах общения (реальное общение и интернет-коммуникация), будут достаточно близкими по факторной структуре и семантической наполненности. Вместе с тем представления об этих понятиях будут иметь возрастную специфику на уровне отдельных семантических характеристик, подтвердилась полностью, так как с одной стороны мы получили близкие по значению результаты по их факторной структуре и семантической наполненности, но с другой стороны выявлены и определённая возрастная специфика на уровне отдельных семантических характеристик.

Опираясь на полное или частичное подтверждение выдвинутых нами гипотез, можно сделать следующие выводы:

1. Эмоционально-смысловые представления респондентов разных возрастных групп о понятии социальной смелости в различных контекстах общения имеют как общие, так и отличительные характеристики.

2. Для всех возрастных групп понятие социальной смелости, проявляющийся в контексте реального общения, имеет высокую семантическую значимость и позитивную семантическую направленность.

3. Представления о понятии социальной смелости в контексте интернет-коммуникации изменяется во всех возрастных группах, обнаруживая четкие внутригрупповые различия.

4. Имеют место значимые межгрупповые различия в семантическом содержании понятия «социальная смелость» в разных контекстах общения.

5. Имеют место как общие, так и отличительные тенденции в представлениях респондентами разных возрастных групп понятия *«социально смелая личность»*, которые во многом сходны с возрастными особенностями представлений о понятии «социальная смелость».

6. Во всех возрастных группах произошло общее снижение привлекательности «социально смелой личности в интернет-коммуникации», в сравнении с «социально смелой личностью в реальном общении».

7. В модели «социально смелой личности в интернет-коммуникации» всех возрастных групп отмечено общее повышение фактора активности, который интерпретируется как свидетельство экстравертированности личности.

8. Для того чтобы изменить представления людей о социальной смелости, необходимо сделать данное проявление более свойственным для поведения разных возрастных групп.

Список литературы

1. Абраменкова, В.В. Социальная психология детства: развитие отношений ребенка в детской субкультуре. - М.: Московский психолого-социальный институт / В.В. Абраменкова. - Воронеж: НПО МОДЭК, 2000. – 416 с.
2. Абрамова, Г.С. Возрастная психология / Г.С. Абрамова. - М.: Академический Проект, 2010. – 623 с.
3. Абульханова, К. А. О субъекте психической деятельности / К. А. Абульханова. - М.: Изд-во МГУ, 1973. – 210 с.
4. Абульханова-Славская, К.А. Социальное мышление личности: проблемы и стратегии исследования / К.А. Абульханова-Славская. –Психол. Журнал. – 1994. – Т. 15. № 4. С. 39-55.
5. Авзалова, Э.И. Интернет-коммуникация как новый тип политической коммуникации / Э.И. Авзалова. – Символ науки. - 2015. - № 9-1. С. 194-195.
6. Алферов, А.Д. Психология развития школьников / А.Д. Алферов. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. - 384 с.
7. Ананьев, Б.Г. Человек как предмет познания / Б.Г. Ананьев. - Л.: ЛГУ, 1968. – 339 с.
8. Андреева, Г.М. Социальная психология / Г.М.Андреева. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 384 с.
9. Андреева, Г.М. Социальная психология в современном мире / Г.М. Андреева, А.И. Донцова. - М.: Аспект-Пресс, 2002. - 335 с.
10. Андреенков, В.Г. Методы сбора информации в социологических исследованиях / В.Г. Андреенков. - М.: Наука, 1990. - Ч. 1 - 232 с.; Ч. 2 - 225 с.
11. Антюхова, Е. Ю. Коммуникация и социализация//Социальная коммуникация и социальное управление в экоантропоцентрической и семиосоциопсихологической парадигмах / Е. Ю. Антюхова. - М.: ИС РАН, Кн. 1. 2000. – 158 с.

12. Анциферова, Л. И. К психологии личности как развивающейся системы / Л. И. Анциферова. – М.: - 1981. С. 3–19.
13. Анцыферова, Л. И. Развитие личности и проблемы геронтопсихологии / Л. И. Анцыферов. - М.: Ин-т психологии РАН, 2006. – 512 с.
14. Бабаева, Ю.Д., Войскунский, А.Е., Смыслова, О.В. Интернет и личность. - Интернет. Общество. Личность. / Ю.Д. Бабаева, А.Е. Войскунский, О.В. Смыслова // Тезисы докладов Международной конференции. – СПб.: Институт «Открытое общество», 1999. С. 304-305.
15. Бабанин, Л.Н, Войскунский, А.Е., Смыслова, О.В. Психологические исследования, опосредствованные применением Интернета / Ю.Д. Бабаева, А.Е. Войскунский, О.В. Смыслова // Эксперимент и квазиэксперимент в психологии/Под ред. Т.В.Корниловой. - СПб.: Питер, 2004. С. 214-233.
16. Бакулев, Г.П. Теоретический фундамент массовой коммуникации (Основные понятия и идеи теории массовой коммуникации; нормативные модели) / Бакулев Г.П. // Массовая коммуникация: западные теории и концепции. –М.: Аспект-пресс. 2005. – 176 с.
17. Батыгин, Г.С. Лекции по методологии социологических исследований / Г.С. Батыгин. - М.: Аспект-пресс, 1995. – 286 с.
18. Башмаков, М.И., Поздняков, С.Н., Резник, Н.А. Информационная среда обучения / М.И. Башмаков, С.Н. Поздняков, Н.А. Резник. - Спб.: СВЕТ, 1997. – 400 с.
19. Белинская, Е.П. Человек в информационном мире. Перспективы социальной психологии / Е.П. Белинская, под ред. Г.М.Андреевой, А.И.Донцова. - М.: Аспект Пресс, 2002. С. 203-220.
20. Белинская, Е.П., Тихомандрицкая, О.А. Социальная психология личности / Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. - М.: Аспект-Пресс, 2001. – 301 с.
21. Беловол, Е.В. Образ мира и особенности протекания познавательных процессов / Е.В. Беловол. - М.: РИЦ АИМ, 2004. – 380 с.

22. Бергер, П., Лукман, Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. - М.: Медиум, 1995. – 323 с.
23. Березин, В.М. Массовая коммуникация: сущность, каналы, действия / В.М. Березин. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 174 с.
24. Бехтерев, В.М. Избранные работы по социальной психологии / В.М. Бехтерев. - М.:Наука,1994. – 400 с.
25. Блумер, Г. Коллективное поведение / Г. Блумер, пер. Д. Водотынского, сост. Е. И. Кравченко, под ред. В. И. Добренкова. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – С. 90-115.
26. Божович, Л.И. Проблемы формирования личности / Л.И. Божович. - Издание 2-е, Москва – Воронеж, 1997. - 352 с.
27. Бориснев, С. В. Социология коммуникации / С. В. Бориснев. - М.: Юнити-Дана, 2003. – 270 с.
28. Бриггз, А., Колби, П. Что такое медиа? // Медиа: введение / А. Бриггз, П. Колби. - М.: Юнити, 2005. – 312 с.
29. Брунер, Дж. Психология познания. За пределами непосредственной информации / Дж. Брунер. – М.: Прогресс, 1977. – 412 с.
30. Василюк, Ф.Е. Психология переживания: анализ преодоления критических ситуаций / Ф.Е. Василюк. - М.: Изд-во МГУ, 1984. - 200 с.
31. Винер, Н. Кибернетика и общество / Н. Винер, пер. с англ. Е.Г. Панфилова. – М.: Иностранная литература, 1958. – 200 с.
32. Войскунский, А. Е. Социальная перцепция в социальных сетях / А. Е. Войскунский. – М.: Вестник Московского университета. Сер. 14, Психология. 2014. № 2. – С. 90 – 104.
33. Выготский, Л. С. Мышление и речь / Л. С. Выготский. - М.: Изд-во Лабиринт, 1999. – 352 с.
34. Габай, Т.В. Педагогическая психология / Т. В. Габай. - М.: Academia, 2008. - 240 с.

35. Галичкина, Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках [Текст]: Дис. ... канд. филол. наук. / Е. Н. Галичкина. – Астрахань, 2001. – 212 с.
36. Гидлевский, А.В. Генетические и средовые детерминанты альтруистичного и эгоистичного сознания / А.В. Гидлевский. – Омск.: Вестник Омского университета. - 2015. - № 1 (75). - С. 85-86.
37. Гойхман, О. Я., Надеина, Т. М. Основы речевой коммуникации / Т. М. Надеина, О. Я. Гойхман, под ред. Проф. О. Я. Гойхмана – М.: Инфра, 1997. – 272 с.
38. Головина, Е.В. Взаимосвязь уверенности в себе с эмоциональностью и агрессивностью / Е.В. Головина. – Рязань: Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний. - 2014. № 4. - С. 85-92.
39. Головина, Е.В. Уверенность в себе и эмоциональный интеллект / Е.В. Головина // В сборнике: Психология способностей: современное состояние и перспективы исследований Материалы Всероссийской научной конференции, посвященной 60-летию со дня рождения В.Н. Дружинина // Ответственные редакторы: С.С. Белова, А.Л. Журавлев, Д.В. Ушаков, Г.А. Харлашина, М.А. Холодная. – М.: Институт психологии РАН. - 2015. - С. 67-69.
40. Гордеева, М.А., Медушевский, Н.А. Социальная адаптация как механизм расширения границ социальной толерантности. Глобальный научный потенциал / М.А. Гордеева, Н.А. Медушевский – Тамбов: Фонд развития науки и культуры. - 2014. - № 9 (42). - С. 86-91.
41. Гриценко, Г.Д. Социальное самочувствие и социальная адаптация: соотношение понятий / Г.Д. Гриценко // «Universum: общественные науки». - 2014. - № 6 (7). - С. 2.
42. Гроф, С. Психология будущего: уроки современных исследований сознания / С. Гроф, пер. с англ. С. Офертаса. - М.: АСТ, 2001. - 458 с.
43. Грязнова, Т. В. Психологические механизмы готовности к социальному риску в профессиональной деятельности руководителя (на примере

руководителей высшего звена ЖД транспорта) [Текст]: Дисс. ... канд. психол. наук: 19.00.07 / Т. В. Грязнова. – Хабаровск, 2007. – 197 с.

44. Гулевич, О.А. Социальная психология справедливости / О.А. Гулевич. - М.: Институт психологии РАН, 2011. - 284 с.

45. Гурвич, А.Г. Теория биологического поля / А.Г. Гурвич. - М.: «Советская наука», 1944. - 155 с.

46. Гусякова, Л.Г., Холостова, Е.И. Основы теории социальной работы / Л.Г. Гусякова, Е.И. Холостова. - М.: Институт социальной работы, 1997. – 189 с.

47. Давудова, А.Р. Самоактуализация и эмоциональное благополучие как фактор психического здоровья личности / А.Р. Давудова // Сборник « Актуальные вопросы психологии здоровья и психосоматики» // Материалы всероссийской научно-практической конференции. - 2015. С. 118-121.

48. Давыдов, В.В. Проблемы развивающего обучения / В.В. Давыдов. - М.: Педагогика, 1986. – 240 с.

49. Девятко, И.Ф. Методы социологического исследования / И.Ф. Девятко. - М.: Книжный дом «Университет», 2006. - 296 с.

50. Джеймс, У. Воля к вере / У. Джеймс, пер. с англ., сост. Л.В. Блинников, А.П. Поляков. – М.: Республика, 1997. – 431 с.

51. Дорфман, Л. Я. Я-концепция: дифференциация и интеграция / Л. Я. Дорфман // Интегральная индивидуальность, Я–концепция, личность / Под ред. Л. Я. Дорфмана. - М.: Смысл, 2004. С.96–123.

52. Дюркгейм, Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение / Э. Дюркгейм. – М.: «Канон», 1995. – 352 с.

53. Евтухова, Г.А. Охват целевой аудитории различными социальными сетями / Г.А. Евтухова // Сборнике «Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации» // Сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции. - 2016. - С. 152-155.

54. Егорова, М.С. Психология индивидуальных различий / М.С. Егорова. - М.: Ин-т «Открытое общество». Планета детей, 1997. - 328 с.

55. Елеева, Б.Ю. Барьеры в интернет-коммуникации. Коммуникация в современном поликультурном мире: прагматика лингвистического знака / Б.Ю. Елеева, отв. ред. Т.А. Барановская. - М.: Pearson. - 2015. С.175-179.
56. Ерофеева, М.А. Общие основы педагогики. Конспект лекций / М.А. Ерофеева. – М.: Высшее образование, 2006. – 188 с.
57. Жичкина, А.Е. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью [Электронный ресурс] / А.Е. Жичкина, Е.П. Белинская. - 2004. Режим доступа: <http://flogiston.ru/articles/netpsy/strategy>
58. Загутин, Д.С., Степанова, А.А. Влияние социальных сетей на социализацию молодежи: интенсивность, уровни, последствия / Д.С. Загутин, А.А. Степанова // Сборник: «Образование. Наука. Инновации: Южное измерение». - 2015. - № 1 (39). С.111-116.
59. Заковоротная, М.В. Идентичность человека. Социально-философские аспекты / М.В. Заковоротная. - Ростов-на-Дону, Издательство Северо-Кавказского научного центра высшей школы, 1999. – 200 с.
60. Занков, Л.В. Избранные педагогические труды / Л.В. Занков. - М.: «Просвещение», 1990. - 424 с.
61. Зиглер, Д., Хьелл, Л. Теории личности / Д. Зиглер, Л. Хьелл. - СПб.: Питер Пресс, 1997. – 608 с.
62. Знаков, В.В. Понимание в познании и общении / В.В. Знаков. - М.: ИП РАН, 2000. - 237 с.
63. Зобнина, Т.В. Воля в структуре процесса самоуправления / Т.В. Зобнина // Современные исследования социальных проблем. - 2015. - № 5 (49). С.510-518.
64. Зыкова, А.В. Влияние информационных сетей на профессиональную социализацию специалистов. Проблемы социализации личности в контексте непрерывного профессионально образования / А.В. Зыкова // Материалы Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией профессора В.Н. Скворцова. - 2014. С.62-65.

65. Иванников, В.А. Психологические механизмы волевой регуляции / В.А. Иванников. - СПб.: Питер, 2006. – 208 с.
66. Ильин, Е. П. Дифференциальная психология мужчины и женщины / Е. П. Ильин. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
67. Ильин, Е. П. Эмоции и чувства / Е. П. Ильин. - СПб.: Питер, 2001. – 752 с.
68. Ильин, Е.П. Психология воли / Е. П. Ильин. - СПб: Питер, 2000. – 368 с.
69. Калинин, В.К. Эмоционально-волевая регуляция поведения и деятельности / В.К. Калинин. – Симферополь. - 1983. С.175 -181.
70. Калюжный, К.А. Информационная среда и информационная среда науки: сущность и назначение / К.А. Калюжный // Сборник: Наука. Инновации. Образование. - 2015. - № 18. С.7-23.
71. Кашкин, В.Б. Введение в теорию коммуникации / В.Б. Кашкин. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.
72. Квасков, В.Д. Роль общения в деятельности человека / В.Д. Квасков // Социально – политический журнал. – 1996. - № 3. С.224 – 234.
73. Келли, Д.А. Психология личности: психология личных конструктов. / Д.А. Келли. – СПб.: Издательство: Речь, 2000. – 256 с.
74. Китаев-Смык, Л.А. Психология стресса / Л.А. Китаев-Смык. - М.: Наука, 1983. - 368 с.
75. Ковалев, А. Г. Психология личности / А. Г. Ковалев. – М.: Просвещение, 1970. – 391 с.
76. Ковтун, Н.М. Воля как основа воспитания социальной активности личности: социально-философский / Н.М. Ковтун // Гуманитарный вестник Запорожской государственной инженерной академии. - 2014. - № 56. С.118-127.
77. Кон, И.С. Социология личности / И.С. Кон. - М.: Политиздат, 1967. - 383 с.

78. Кондрашов, П. Е. Компьютерный дискурс: социолингвистический аспект [Текст]: Дисс. канд. филол. наук./ П. Е. Кондрашов. – Краснодар, 2004. – 189 с.

79. Кошкарлова, Л.С., Ярулина, Л.П. Студент РБИУ: путь к социальной смелости / Л.С. Кошкарлова, Л.П. Ярулина // Современная высшая школа: инновационный аспект. - 2013. - № 1. С.54-65.

80. Кузьменко, Н.И. Позитивная социализация ребенка: источники успешности, проблема соотношения социализации и индивидуализации в образовании / Н.И. Кузьменко // Деятельность образовательных организаций по реализации ФГОС дошкольного и начального общего образования // Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. - 2014. С.53.

81. Кузьмин, Е.С., Семенова, В.Е. Словарь социально-психологических понятий / Е.С. Кузьмин, В.Е. Семенова. - Л., 1987. – 144 с.

82. Кузьмин, С.А. Социальные системы: Опыт, структура анализа / С.А. Кузьмин. - М.: Наука, 1996. – 190 с.

83. Кулагина, И.Ю., Колюцкий В.Н. Возрастная психология: Развитие человека от рождения до поздней зрелости / И.Ю. Кулагина, В.Н. Колюцкий. - М.: Юрайт, 2011. - 464 с.

84. Кули, Ч. Х. Человеческая природа и социальный порядок / Ч.Х. Кули. - М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги (ДИК), 2000. – 320 с.

85. Кун, М., Макпартлэнд, Т. Современная зарубежная социальная психология / М. Кун, Т. Макпартлэнд, ред Г.М. Андреева и др. – М.: МГУ, 1984. – 255 с.

86. Куницына, В.Н. Социальная компетентность и социальный интеллект: структура, функции, взаимоотношение / В.Н. Куницына // Теоретические и прикладные вопросы психологии. – СПб.: Выпуск 1. - 1995. С. 48-61.

87. Лазарсфельд, П., Саймон, Г., Маршак, Дж., Гибсон, У. Математические методы в социальных науках / П. Лазарсфельд, Г. Саймон, Дж. Маршак, У. Гибсон. - М.: Прогресс, 1973. – 348 с.

88. Лазурский, А.Ф. Очерк науки о характерах / А.Ф. Лазурский. - М.: Наука, 1995. – 271 с.
89. Леонтьев, А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев. - М.: Смысл, 2005. - 352 с.
90. Луман, Н. Невероятные коммуникации. Проблемы теоретической социологии / Н. Луман. СПб.: СПбГУ, 2000. – 47с.
91. Макаревич, А. Как определить управленческий потенциал руководителя [Электронный ресурс] / А. Макаревич. – Режим доступа: <http://hr-portal.ru/article/kak-opredelit-upravlencheskiy-potencial-rukovoditelya>
92. Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн. – М.: Кучково поле, 2007. – 464 с.
93. Мангейм, К. Диагноз нашего времени / К. Мангейм. - М.: АКАЛИС. 1994. – 169 с.
94. Манеров, В.Х., Богдановская, И.М., Королева, Н.Н., Проект, Ю.Л. Мирообразование и личностные феномены интернет-коммуникации / В.Х. Манеров, И.М. Богдановская, Н.Н. Королева, Ю.Л. Проект. - СПб.: Рос.гос. пед. ун-т им. А.И. Герцена, 2006. – 192 с.
95. Маслоу, А. Новые рубежи человеческой природы / А. Маслоу. - М.: Смысл, 1999. – 425 с.
96. Маслоу, А. Мотивация и личность / А. Маслоу. - СПб.: Питер, 2012. - 352 с.
97. Мережников, А.П. Самоактуализация личности как детерминанта смысложизненных ориентация молодежи / А.П. Мережников // Сборник: Молодежь в современном обществе // Сборник материалов Всероссийской заочной научно-практической конференции // Под ред. С.А. Бурилкиной, Б.Т. Ищановой, О.Л. Потрикеевой, Е.Н. Ращикулиной, Г.А. Супруненко. - 2015. С.182-186.
98. Мертон, Р. К. Социальная теория и социальная структура / Р. К. Мертон. – М.: АСТ, 2006. – 873 с.

99. Мескон, М.Х., Альберт, М., Хедоури, Ф. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 2002. – 704 с.
100. Мид, Дж. Г. Избранное / Дж. Г. Мид, сост. и переводчик В. Г. Николаев, отв. ред. Д. В. Ефременко. – М.: РАН. ИНИОН, 2009. – 290 с.
101. Микешина, Л.А., Опенков, М.Ю. Новые образы познания и реальности / Л.А. Микешина, М.Ю. Опенков. - М.: РОССПЭН, 1997. – 240 с.
102. Милграм, С. Эксперимент в социальной психологии / С. Милграм. - СПб.: Питер, 2000. - 338 с.
103. Миллс, Ч.Р. Социологическое воображение / Ч.Р. Миллс, пер. с англ. О. А. Оберемко; под общей редакцией Г. С. Батыгина. – М.: Издательский Дом NOTA BENE, 2001. – 264 с.
104. Минаков, А.В. Некоторые психологические свойства и особенности Интернет как нового слоя реальности [Электронный ресурс] / А.В. Минаков. – Режим доступа: <http://www.psyinst.ru/library.php?part=article&id=1573>
105. Митина, О. В., Войскунский, А. Е. Интернет в гендерном измерении / О. В. Митина, А. Е. Войскунский. – М.: Аспект-Пресс. – 2005. – С.204-216.
106. Морозов, А.В. Социальная психология / А.В. Морозов. – М.: Академический проект, 2008. – 335 с.
107. Мухина, В.С. Возрастная психология: феноменология развития, детство, отрочество / В.С. Мухина. – М.: Академия, 2010. – 452 с.
108. Мясищев, В. Н. Личность и неврозы / В. Н. Мясищев. – Л.: Изд-во Ленинградского Университета, 1960. – 428 с.
109. Науменко, Т.В. Социология массовых коммуникаций в структуре социологического знания / Т.В. Науменко. – Социологические исследования. – 2003. – №10. – С. 39–46.
110. Ожиганова, Г.В. Эмоциональный фактор творческого процесса / Г.В. Ожиганова // Методология комплексного человекознания и современная психология // Отв. ред. А.Л. Журавлев, В.А. Кольцова. – М.: Институт психологии РАН. – 2008. С.424–434.

111. Олпорт, Г. Становление личности / Г. Олпорт, пер. с англ. Л. В. Трубицыной, Д. А. Леонтьева, под общ.ред. Д. А. Леонтьева. – М.: Смысл, 2002. – 462 с.
112. Осипов, А.Г. Страх как психологический барьер и его влияние на социализацию подростков / А.Г. Осипов // Материалы областной научной конференции по проблемам гуманитарных наук Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина. – 2014. С.97-101.
113. Парсонс, Т. О структуре социального действия / Т. Парсонс. – М.: Академический проект, 2000. – 880 с.
114. Парсонс, Т. Система современных обществ / Т. Парсонс. – М.: Аспект-пресс, 1997. – 270 с.
115. Паршукова, Г. Б. Современные технологии информационного поиска в профессиональной деятельности / Г. Б. Паршукова. – Новосибирск: ГПНТБ СО РАН, 2004. – 187 с.
116. Парыгин, Б.Д. Социальная психология как наука / Б.Д. Парыгин. – СПб.: СПбГУП, 2003. – 615 с.
117. Парыгин, Б.Д. Социальная психология: проблемы методологии, истории и теории / Б.Д. Парыгин. – СПб.: ИГУП, 1999. – 592 с.
118. Пахарь, А.М. Цель жизненного пути личности в свете теории самоактуализации / А.М. Пахарь // Приоритетные научные направления: от теории к практике. – 2013. – № 6. С.43-46.
119. Питько, О.А. Психологические аспекты интернет-коммуникации / О.А. Питько // Сборник: Традиционные национально-культурные и духовные ценности как фундамент инновационного развития России. – 2015. – № 1 (7). С.57-59.
120. Платонов, К.К. Структура и развитие личности / К.К. Платонов. – М.: Наука, 1986. – 255 с.
121. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации / Г.Г. Почепцов. – Киев: Рефл-бук, 2001. – 651с.

122. Прончев, Г.Б., Монахов, Д.Н., Лонцов, В.В. Безопасность виртуальных социальных сред в информационном обществе / Г.Б. Прончев, Д.Н. Монахов, В.В. Лонцов // Сборник: Пространство и Время. – 2013. – № 4 (14). С.231-236.
123. Психология индивидуальности. Факторные теории личности / Р.Кэттел, Г.Айзенк и Г.Олпорт. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2007. -128 с.
124. Рзаева, С.В., Решетникова, С.А. Социальная сеть как основа социального капитала: содержание и подходы к изучению / С.В. Рзаева, С.А. Решетникова // Сборник: Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук. – 2014. – № 8-1. С.113-122.
125. Рогов, Е.И. Психология общения / Е.И. Рогов.- М.: ВЛАДОС, 2004. – 336с.
126. Рогов, Е.И. Психология отношений мужчины и женщины / Е.И. Рогов. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. – 288с.
127. Роджерс, К. Р. Взгляд на психотерапию. Становление человека / К. Р. Роджерс. – М.: Прогресс, 1994. – 480 с.
128. Ромек, В.Г. Психологические особенности уверенной в себе личности / В.Г. Ромек // Социальная психология личности в вопросах и ответах. – М.: Гардарики. – 2000. – С. 207–225.
129. Рубинштейн, С. Л. Бытие и сознание / С. Л. Рубинштейн // Избранные философско-психологические труды. – М.: Наука, 1997. – 173 с.
130. Рубинштейн, С.Л. Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – СПб.: Питер, 2007. -713 с.
131. Салливан, Г., Роттер, Дж, Мишел, У. Теория межличностных отношений и когнитивные теории личности / Г. Салливан, Дж. Роттер, У. Мишел. – СПб.: Прайм – ЕВРОЗНАК, 2007. – 128 с.
132. Санников, А.И. Принятие решения и воля: анализ взаимосвязей свойств личности / А.И. Санников // Сборник: Личность, семья и общество: вопросы педагогики и психологии. – 2014. – № 42. С.57-69.

133. Сёмкина, А.А. Понятие «Воля» / А.А. Сёмкина // В сборнике: Феномен человека. – 2015. С.276-277.
134. Сердюк, Е.Г. Личность в структуре социума: тревожные тенденции / Е.Г. Сердюк // В книге: Наука и знание: конкурентный потенциал общества, науки и бизнеса в условиях глобального мира // Материалы XVIII международной научно-практической конференции. – 2016. С.176-181.
135. Славинская, О.В. Психологические особенности воздействия интернет-коммуникации на содержание образа Я и Я-концепции / О.В. Славинская // Сборник: Наука и образование: проблемы и перспективы // Материалы II Международной научно-практической конференции. – 2015. С.10 - 14.
136. Словарь по этике / А.В. Адо, М.И. Андриевская, Л.М. Архангельский, И.С. Кон. – М.: Политиздат, 1983. - 445 с.
137. Смелзер, Н. Социальная психология / Н. Смелзер, составители Е.П. Белинская, О.А. Тихомандрицкая. – М.: Аспект Пресс. – 2003. С.316 -332.
138. Смирнов, Ф. Е. Национально-культурные особенности электронной коммуникации на английском и русском языках [Текст]: Дисс. канд. филол. наук. / Ф. Е. Смирнов. – Ярославль, 2004. – 214 с.
139. Смит, Н. Психология. Современные системы / Н. Смит. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2007. – 384 с.
140. Солдатова, Г. У., Рассказова, Е. И. Безопасность подростков в Интернете: риски, совладание и родительская медиация / Г. У. Солдатова, Е. И. Рассказова // Национальный психологический журнал. – 2014. – № 3 (15). – С. 39-51.
141. Солдатова, Г. У., Рассказова, Е. И. Психологические модели цифровой компетентности российских подростков и родителей / Г. У. Солдатова, Е. И. Рассказова // Национальный психологический журнал. – 2014. – № 2 (14). – С. 27-35.
142. Солдатова, Г.У., Нестик, Т.А. Отношение к интернету среди интернет-пользователей: технофобы и технофилы / Г. У. Солдатова, Т.А. Нестик // Вестник

Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. – 2016. – № 1. С.54-61.

143. Солнцева, Г., Смолян, Г. Психологические механизмы и модели рискованного поведения / Г. Солнцева, Г. Смолян // Проблемы управления риском и безопасностью. Труды Института системного анализа РАН. – М.: УРСС. – 2007. – Т. 31. С. 231–243.

144. Стрелков, В.И., Сафошин, А.В. Воля как фактор становления индивида / В.И. Стрелков, А.В. Сафошин // В сборнике: Актуальные проблемы современной науки в 21 веке. Сборник материалов 8-й международной научно-практической конференции. – 2015. С.123-125.

145. Сушков, И.Р., Козлова, Н.С. Вовлеченность в социальную сеть как проявление личностной потребности человека в коллективном субъекте / И.Р. Сушков, Н.С. Козлова // В сборнике: Естественнно-научный подход в современной психологии. М., 2014. С.725-730.

146. Тер-Минасова, С.Г. Язык, личность, интернет / С.Г. Тер-Минасова // Вестник Московского университета. Лингвистика и межкультур. Коммуникация. – 2000. – 262 стр.

147. Трескова, С.И. Социолнгвистические проблемы массовой коммуникации / С.И. Трескова. М.:Наука, 1989. – 178 с.

148. Узнадзе, Д.Н. Психологические исследования / Д.Н. Узнадзе. – М., 1966. – 451 с.

149. Узнадзе, Д.Н., Имедадзе, И.В., Сакварелидзе, Р.Т. Философия. Психология. Педагогика. Наука о психической жизни / Д.Н. Узнадзе, И.В. Имедадзе, Р.Т. Сакварелидзе. – М.: Смысл, 2014. – 367с.

150. Уколова, М. А., Гаркави, Л. Х., Квакмча, Е. С. Место стресса в адаптационной деятельности организма / М. А. Уколова, Л. Х. Гаркави, Е. С. Квакмча // Стресс и его патогенетические механизмы. Материалы Всесоюзного симпозиума. – Кишинев, 1973. С.39-41.

151. Ушаков, Б.Г. Социальный интеллект как матрица социальных технологий / Б.Г. Ушаков // Научные труды Северо-Западного института управления. – 2014. – Т. 5. – № 1 (13). С.152-166.

152. Ушаков, Д.В. Социальный интеллект как вид интеллекта / Д.В. Ушаков // Социальный интеллект: теория, измерение, исследования / Под ред. Д.В. Люсина, Д.В. Ушакова. – М.: Институт психологии РАН – 2004. – С.11-29.

153. Фогель, Т.В. Социальная адаптация как продукт социального общения / Т.В. Фогель // В сборнике: Социально-экономические аспекты развития современного государства. Материалы III международной научно-практической конференции. – 2014. С.116-118.

154. Фортунатов, А.Н. Взаимодействие субъектов социальной коммуникации в медиареальности: монография / А.Н. Фортунатов. – Н. Новгород: ННГАСУ, 2009. – 338 с.

155. Фрейд, З. Психоаналитические этюды / З. Фрейд, сост. Д. И. Донской, В. Ф. Круглянский. – Минск: Поппури, 2010. – 736 с.

156. Фромм, Э. Человек для самого себя / Э. Фромм. – М.: АСТ, АСТ МОСКВА: Полиграфиздат. 2010. – 350 с.

157. Халяпина, Л.П. Интернет-коммуникация как новая реальность глобального мира / Л.П. Халяпина // Труды Международной научно-теоретической конференции «Социокультурные среды и коммуникативные стратегии информационного общества». – 2015. С.39-40.

158. Хан, Э. Предстартовые стрессовые состояния и их регулирование / Э. Хан // Стресс и тревога в спорте. – М., 1983. С.222-237.

159. Хантингтон, С. Столкновение цивилизаций / С. Хантингтон. – М.: ООО Издательство АСТ, 2003. – 603 с.

160. Харащ, А.У. Психолингвистические проблемы массовой коммуникации / А.У. Харащ. – М.: Наука, 1974. – 147 с.

161. Харрис, Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК: 2003. – 448с.

162. Хвостанцев, С.В. Социальная адаптация в условиях современного этапа социальных реформ / С.В. Хвостанцев // Вестник Поволжского института управления. – 2015. – № 3 (48). С.86 - 92.

163. Холмогорова, А. В., Гаранян, Н. Г. Культура, эмоции и психическое здоровье / А. В. Холмогорова, Н. Г. Гаранян // Вопросы психологии. – 1999. № 2. С.61-74.

164. Чикер, В. А., Сольц, Е. В., Жезмер, Н. М., Джос, П. Стресс и особенности его преодоления российскими подростками / В. А. Чикер, Е. В. Сольц, Н. М. Жезмер, П. Джос // Ананьевские чтения-98: Тезисы научно-практической конференции. – СПб., 1998. С.19-20.

165. Чумаков, М.В. Диагностика волевых особенностей личности / М.В. Чумаков // Вопросы психологии. – 2006. – № 1. С.169–178.

166. Шаровская, А.В. Самоактуализация личности в условиях общества потребления [Текст]: дисс. ... кан. философских наук: 09.00.11 / А.В. Шаровская // Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева. – Саранск, 2014. – 167 с.

167. Шафранская, К. Д. Об устойчивости показателей эмоциональной реактивности / К. Д. Шафранская // Человек и общество. – Л., 1973. – Вып. 13. С.140-143.

168. Шеннон, К. Работы по теории информации и кибернетике / К. Шеннон. – М.: Изд. иностр. лит, 1963. – 830 с.

169. Шибутани, Т. Социальная психология / Т. Шибутани. -Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. – 544 с.

170. Щетинина, А. М. Восприятие и понимание дошкольниками эмоционального состояния человека / А. М. Щетинина // Вопросы психологии. – 1984. – № 3. С.61-66.

171. Эльконин, Д.Б. Психология развития / Д.Б. Эльконин. -Воронеж: НПО МОДЭК, 1997. – 416 с.

172. Эриксон, Э. Г. Детство и общество / Э. Г. Эриксон. – СПб.: Летний сад, 2000. – 198 с.

173. Юдакова, Н.Н. Как руководитель образовательного учреждения способен помочь учителям повысить эффективность образовательного процесса [Электронный ресурс] / Н.Н. Юдакова. – Режим доступа: <http://wiki.iteach.ru>
174. Юревич, А.В. Социальная психология научной деятельности / А.В. Юревич. – М.: Институт психологии РАН, 2013. – 447 с.
175. Ядов, В.А. Социальный тип личности [Текст]/ В.А.Ядов. – М.: Коммунист. -1988. – №10. С.96-104.
176. Ядов, В.А. Стратегия социологического исследования [Текст]/ В.А.Ядов. – М.: Добросвет, 2001. – 323с.
177. Якоба, И.А. Гендер в интернет-коммуникации: динамика развития. [Текст]/ И.А. Якоба // Вестник Иркутского государственного технического университета. – 2013. – № 1 (72). С.303-309.
178. Яковлев, И.П. Современные теории массовых коммуникаций / И.П. Яковлев. – СПб.:Роза мира, 2004. – 95 с.
179. Яковлев, Л.С. Инвайронментальные механизмы социализации: структуризация жизненных пространств / Л.С. Яковлев. – Саратов: СГУ, 1997. – 148 с.
180. Яковлева, Е.Л. Эмоциональные механизмы личностного и творческого развития / Е.Л. Яковлева // Вопросы психологии. – 1997. № 4. С.20 - 27.
181. Adler, A. The fundamental views of individual psychology / A. Adler. – Individual Psychol., - 1982. – vol. 38. – N 1. – PP. 6-9.
182. Allport, G. W. Personality: A psychological interpretation / G. W. Allport. – New York: Holt, Rinehart and Winston, 1937. – 295 p.
183. Asch, S. E. Studies in the principles of judgments and attitudes: II. Determination of judgments by group and by ego standards / S. E. Asch. – J. soc. Psychol., - 1940. – vol. 12. – PP. 433–465.
184. Ball-Rokeach, S.J., Defleur, M.L. A dependency model of mass-media effect / S.J. Ball-Rokeach, M.L. Defleur. – Communication Research. – 1976. – Vol. 3. No. 1. P. 3–21.

185. Bandura, A. On rectifying conceptual ecumenism. In J. E.Maddux (Ed.). Self-efficacy, adaptation, and adjustment /A. Bandura. – NY.: Plenum Press. – 1995. – PP. 347-375
186. Bandura, A. Social cognitive theory of moral thought and action. In W. M. Kurtiness (Ed.) Handbook of moral behavior and development, Hillsdale /A. Bandura.- NJ: Erlbaum. – 1991. – Vol. 1. – PP. 45-103
187. Bell, D. The Coming of Post Industrial Society: A Venture in Social Forecasting /D. Bell. – Harmondsworth: Penguin: Peregrine. – 1973. – PP. 126-127.
188. Bell, D. The Post-Industrial Society: The Evolution of an Idea /D. Bell // Survey. – 1971. – №79. – PP. 158-165.
189. Cattell, R. B. The description of personality: I. Foundations of trait measurement /R. B. Cattell. – Psychological Review. – 1943. -Vol. 50. – PP. 559-594.
190. Eysenck, H. J. The structure of human personality /H. J. Eysenck. – London: Methuen. 1970. – 374 p.
191. Festinger, L.A. Theory of Cognitive Dissonance /L.A. Festinger. – Evanston: Row, 1957. – 291 p.
192. Goldberg, L. R. An alternative description of personality: The Big Five factor structure /L. R. Goldberg // Journal of Personality and Social Psychology. – 1990. – vol. 59. – PP. 1216-1229.
193. Goldberg, L. R. The structure of phenotypic personality traits /L. R. Goldberg // American Psychologist. – 1993. – vol. 48. – PP. 26-34.
194. Hampson, S. E., John, O. P., Goldberg, L. R. Category breadth and hierarchical structure in personality: Studies of asymmetries in judgements of trait implications /S. E. Hampson, O. P. John, L. R. Goldberg // Journal of Personality and Social Psychology. – 1986. – vol. 51. – PP. 37-54.
195. Heim, M. The Metaphysics of Virtual Reality /M. Heim //Virtual Reality: Theory, Practice and Promise//ed. by S. K.Helsel, J. P. R.Meckler. – Westport; L. – 1991. – P. 27–33.
196. Herring, S. C., Ogan, C., Ahuja, M., Robinson, J. C. Gender and the culture of computing in applied IT education [Электронный ресурс] / S. C. Herring, C. Ogan,

M. Ahuja, J. C. Robinson //Encyclopedia of Gender and Information Technology. Hershey, PA: Information Science Publishing. 2006. – Режим доступа: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/gite.pdf>.

197. Herskovits, M. J. Cultural Anthropology /M. J. Herskovits. – New York: Knopf, 1955. – 356 p.

198. Hovland, C., Janis, I., Kelley, H. Communication and Persuasion /C. Hovland, I. Janis, H. Kelley. – New Haven, Conn.: Yale University Press, 1953. – 315 p.

199. Hovland, C.I., Lumsdaine, A.A., Sheffield, F.D. Experiments in Mass Communication /C.I. Hovland, A.A. Lumsdaine, F.D. Sheffield. – New York: Princeton University Press, 1949. – 345p.

200. Jamieson, K.H. Dirty Politics: Deception, Distraction, and Democracy /K.H. Jamieson. – New York; Oxford: Oxford university press, 1992. – 335 p.

201. Jung, K.G. Die Bedeutung von Konstitution und Vererbung for die Psychologie /K.G. Jung // Ges. Werke. – 1967. – Bd.8. – PP. 418-423.

202. Kramarea, Ch., Taylor, H.J. Women and Men on Electronic Networks: a Conversation or Monologue /Ch. Kramarea, H.J. Taylor // Women, Information Technologies, and Scholarships, Cambridge, MA: Cambridge University Press. – 1993. – PP. 52-61.

203. Lasswell, H.D. The structure and function of communication in society /H.D. Lasswell // The Communication of Ideas; in L. Bryson. N.Y.: Harper and Brothers. -1948. – PP.37–51.

204. Lazarsfeld, P., Berelson, B., Gaudet, H. The People's Choice /P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet. – New York: Free Press, 1944. – 187 p.

205. Lazarsfeld, P., Merton, R. Mass Communication, popular taste and organized social action /P. Lazarsfeld, R. Merton // The Communication of Ideas; in L. Bryson (ed.). – N.-Y.: Harper and Brothers. – 1948. – P. 95–118.

206. Lippmann, W. Public Opinion /W. Lippmann. – New York: The Press; London: Collier Macmillan, 1965. – 272 p.

207. Lutz, W. The Age of Communication. – Pacific Palisades /W. Lutz. – Calif.: Goodyear Publ. Cor, 1974. – vol. VII. – 431 p.

208. MacNeil, R. The People Machine: The Influence of Television on American Politics /R. MacNeil. – London: Egge & Spottiswoode, 1970. – 364 p.
209. McQuail, D. Mass Communication Theory /McQuail D. 4th ed. -L.: SAGE Publications, 2000. – 542 p.
210. Meili, R. Manuel du diagnostic psychologique /R. Meili. – Paris, 1964. – 355 p.
211. Murdock G. Large corporations and the control of the communications industries /G. Murdock, in Gurevitch M., Bennett, T., Curran J. & Woollacott J. (eds.) Culture, Society and the Media. – London: Methuen, 1982. – 317p.
212. Ogilvy-Webb, M. The Government Explainer A Study of the Inform. Services: A Rep. of The Royal Inst. of Publ. Administration /M. Ogilvy-Webb. – London: George Allen and Unwin LTD, 1965. – 229 p.
213. Osgood, C.E. Method and Theory in experimental Psychology /C.E. Osgood, N.Y.: Oxford University Press, 1953. – 800 p.
214. Parsons, T. The Social System /T. Parsons. – N.Y.: The free press, 1964. – 575 p.
215. Rafaeli, S. The Electronic Bulletin Board: A Computer-driven Mass Medium /S. Rafaeli // Computers and Social Sciences. – 1986. – №2. – PP. 123-136.
216. Read, H. Communication: Methods for All Media /H. Read. – Urbana; Chicago; London, 1972. – 395 p.
217. Reid, E., Deaux, K. Relationship between social and personal identities: segregation or integration /E. Reid, K. Deaux // J. Of Personality and Social Psychology. – 1996. -Vol. 71. – PP. 1084-1091.
218. Remington, T.F. The Truth of Authority: Ideology and Communication in the Soviet Union /T.F. Remington. – Pittsburgh: Univ. of Pittsburgh press, 1988. – XV, 255 p.
219. Schramm, W. The Process and Effects of Mass Communication /W. Schramm. – Urbana, 1955. – 997 p.
220. Smuth, A. The Politics of Information: Problems of Policy in Modern Media /A. Smuth. – London, 1978. – 252 p.

221. Stephenson, W. The Play Theory of Mass Communication /W. Stephenson. – Chicago: Chicago Press, 1967. – 225 p.
222. Strinati, D. An Introduction to Theories of Popular Culture /D. Strinati. – London: Routledge, 1995. – 285p.
223. Suler, J. R. Computer and cyberspace addiction /J. R. Suler // International Journal of Applied Psychoanalytic Studies. – 2004. – vol. 1. – PP. 359-362.
224. Thomas, W. I., Znaniecki, F. Social Environment, Attitudes, and Values. /W. I. Thomas, F. Znaniecki, In: Hollander, Edwin P., and Raymond G. Hunt (eds.) Classic Contribution to Social Psychology. – New York: Oxford University Press/London: Toronto, 1972. – PP. 189–190.
225. Thurstone, L.L. Psychophysical analysis /L. L. Thurstone //The American journal of psychology, 1927. – PP. 368-389.
226. Vardaman, G.T. Effective Communication of Ideas /G.T. Vardaman. – New York, 1970. – 255 p.
227. Wallace, P. The Psychology of the Internet /P. Wallace. – Cambridge: Cambridge University Press, 1999. – PP. 208-232.
228. Weiser, E. B. Gender differences in Internet use patterns and Internet application preferences: a two-sample comparison /E. B. Weiser // Cyber Psychology & Behavior. – 2000. – 3(2). – PP.167-177.
229. Wilson, D. The Communicators and Society /D. Wilson. – Oxford Pergamon Press, 1968. – 121 p.
230. Zaller, J.R. The Nature and Origins of Mass Opinion /J.R. Zaller. – Cambridge: University press, 1995. – 367 p.

Приложения

Приложение 1

Анкета участника исследования

Уважаемый участник исследования!

Просим Вас принять участие в проводимом нами исследовании с целью изучения поведения человека в Интернет-коммуникации. Опрос проводится анонимно, все данные будут использованы в обобщенном виде. Анкета состоит из трёх частей. Инструкции по заполнению даны перед каждой частью.

Часть 1. Пожалуйста, отметьте в каждом вопросе один вариант ответа. Где необходимо, впишите свой вариант ответа.

1. Готовы ли вы принять участие в исследовании?

А) Да → *переходите к дальнейшим вопросам.*

Б) Нет → *сообщите исследователю о своем нежелании участвовать в исследовании.*

2. Сколько времени, в среднем, Вы проводите в Интернете?

А) более 8 часов в сутки

Б) от 4 до 8 часов в сутки

В) от 2 до 4 часов в сутки

Г) менее 1 часа в сутки

Д) от 1 до 4 часов в неделю

Е) менее 1 часа в неделю

3. Чем Вы обычно занимаетесь в Интернете? (Выберете 5 наиболее часто осуществляемых видов Интернет-активности).

Пользование электронной почтой (личной и рабочей)	
Целенаправленный поиск информации (учеба, работа, хобби)	
Общение в социальных сетях	
Посещение новостных ресурсов	
Скачивание игр/кино/музыки/электронных книг	
Посещение ресурсов по интересам	
Общение через мгновенные сообщения	
Общение в чатах/форумах	
Покупки в Интернет-магазинах	
Игры через Интернет	
Чтение и ведение блогов и Живых Журналов	
Общение на сайтах знакомств	

4. Знакомитесь ли Вы с новыми людьми в Интернете?

А) Да

Б) Нет --> *переходите, пожалуйста, к вопросу № 6*

5. Встречаетесь ли Вы с ними в реальной жизни?

А) Да

Б) Нет

6. Подписываете ли Вы различные петиции в Интернете?

А) Да

Б) Нет

7. Участвуете ли Вы в различных акциях и митингах в реальной жизни?
- А) Да
 - Б) Нет
8. Есть ли у Вас странички в каких-либо еще социальных сетях?
- А) Да
 - Б) Нет
9. Укажите, пожалуйста, Ваш пол:
- А) Мужской
 - Б) Женский
10. Укажите, пожалуйста, Ваш возраст:
- А) от 19 до 35 лет
 - Б) от 36 до 55 лет
 - В) от 56 до 70 лет

Опросник «Социальная смелость» Р. Кеттелла

Часть 2. Пожалуйста, отметьте в каждом вопросе один вариант ответа, который наиболее Вас характеризует. Старайтесь не думать долго над вопросом и отвечать по возможности быстро.

1. При общении с людьми я:

- а) с готовностью вступаю в разговор; б) нечто среднее;
в) предпочитаю спокойно оставаться в стороне.

2. Я чувствую себя немного не по себе, если неожиданно оказываюсь в центре внимания группы людей:

- а) да; б) нечто среднее; в) нет.

3. Я всегда рад оказаться среди людей, например в гостях, на танцах, на какой-либо коллективной встрече:

- а) да; б) нечто среднее; в) нет.

4. Обычно я молчу в присутствии старших по возрасту, опыту и положению:

- а) да; б) нечто среднее; в) нет.

5. Мне трудно говорить или декламировать перед большой группой людей:

- а) да; б) нечто среднее; в) нет.

6. Волнение перед выступлением в присутствии многих людей я испытывал:

- а) довольно часто; б) иногда; в) почти никогда.

7. Когда я нахожусь в большой группе людей, то я предпочитаю молчать и предоставляю слово другим:

- а) да; б) нечто среднее; в) нет.

8. Мне легко вступить в контакт с людьми во время различных общественных мероприятий:

- а) верно; б) не уверен; в) неверно.

9. Когда требуется немного дипломатии и умения убедить людей что-либо сделать, об этом обычно просят меня:

- а) верно; б) не уверен; в) неверно.

10. Я считаю себя открытым общительным человеком:

- а) да; б) нечто среднее; в) нет.

11. В общении я:

- а) свободно проявляю свои чувства; б) нечто среднее;
в) держу свои переживания «про себя».

12. Мне не очень нравится, когда смотрят, как я работаю:

- а) да; б) нечто среднее; в) нет.

13. Я отношусь к типу энергичных людей, которые всегда заняты:

- а) да; б) не уверен; в) нет.

Опросник уровня субъективного контроля (Дж. Роттер)

Инструкция: Вам будет предложено 44 утверждения, касающихся различных сторон жизни и отношения к ним. Оцените, пожалуйста, степень своего согласия или несогласия с приведенными утверждениями по 6-балльной шкале: – 3 – 2 – 1 + 1 + 2 + 3, от полного несогласия (-3) до полного согласия (+3).

Другими словами, поставьте против каждого утверждения балл от единицы до тройки с соответствующим знаком «+» (согласие) или «-» (несогласие).

1. Продвижение по службе больше зависит от удачного стечения обстоятельств, чем от способностей и усилий человека.

2. Большинство разводов происходит оттого, что люди не захотели приспособиться друг к другу.

3. Болезнь – дело случая; если уж суждено заболеть, то ничего не поделаешь.

4. Люди оказываются одинокими из-за того, что сами не проявляют интереса и дружелюбия к окружающим.

5. Осуществление моих желаний часто зависит от везения.

6. Бесплезно прилагать усилия для того, чтобы завоевать симпатии других людей.

7. Внешние обстоятельства, родители и благосостояние влияют на семейное счастье не меньше, чем отношения супругов.

8. Я часто чувствую, что мало влияю на то, что происходит со мной.

9. Как правило, руководство оказывается более эффективным, когда руководитель полностью контролирует действия подчиненных, а не полагается на их самостоятельность.

10. Мои отметки в школе, в институте часто зависели от случайных обстоятельств (например, настроения преподавателя) больше, чем от моих собственных усилий.

11. Когда я строю планы, то, в общем, верю, что смогу осуществить их.

12. То, что многим людям кажется удачей или везением, на самом деле является результатом долгих целенаправленных усилий.

13. Думаю, что правильный образ жизни может больше помочь здоровью, чем врачи и лекарства.

14. Если люди не подходят друг другу, то, как бы они ни старались, наладить семейную жизнь все равно не смогут.

15. То хорошее, что я делаю, обычно бывает по достоинству оценено другими.

16. Люди вырастают такими, какими их воспитывают родители.

17. Думаю, что случай или судьба не играют важной роли в моей жизни.

18. Я не стараюсь планировать далеко вперед, потому что многое зависит от того, как сложатся обстоятельства.

19. Мои отметки в школе больше всего зависели от моих усилий и уровня подготовленности.

20. В семейных конфликтах я чаще чувствую ответственность за собой, чем за противоположной стороной.

21. Жизнь большинства людей зависит от стечения обстоятельств.

22. Я предпочитаю такое руководство, при котором можно самостоятельно определить, что и как делать.

23. Думаю, что мой образ жизни ни в коей мере не является причиной моих болезней.

24. Как правило, именно неудачное стечение обстоятельств мешает людям добиться успеха в своих делах.

25. В конце концов, за плохое управление организацией ответственны сами люди, которые в ней работают.

26. Я часто чувствую, что ничего не могу изменить в сложившихся обстоятельствах.

27. Если я очень захочу, то смогу расположить к себе почти любого.
28. На подрастающее поколение влияет так много обстоятельств, что усилия родителей по его воспитанию часто оказываются бесполезными.
29. То, что со мною случается, это дело моих собственных рук.
30. Трудно бывает понять, почему руководители поступают именно так, а не иначе.
31. Человек, который не смог добиться успеха в своей работе, скорее всего, не проявил достаточно усилий.
32. Чаще всего я могу добиться от членов моей семьи того, что хочу.
33. В неприятностях и неудачах, которые были в моей жизни, чаще были виновны другие люди, чем я сам.
34. Ребенка всегда можно уберечь от простуды, если за ним следить и правильно одевать.
35. В сложных обстоятельствах я предпочитаю подождать, пока проблемы не разрешатся сами собой.
36. Успех является результатом упорной работы и мало зависит от случая или везения.
37. Я чувствую, что от меня больше, чем от кого бы то ни было, зависит счастье моей семьи.
38. Мне всегда было трудно понять, почему я нравлюсь одним людям и не нравлюсь другим.
39. Я всегда предпочитаю принимать решение и действовать самостоятельно, а не надеяться на помощь других людей или на судьбу.
40. К сожалению, заслуги человека часто остаются непризнанными, несмотря на все его старания.
41. В семейной жизни бывают такие ситуации, которые невозможно разрешить даже при самом сильном желании.
42. Способные люди, не сумевшие реализовать свои возможности, должны винить в этом только самих себя.
43. Многие мои успехи были возможны только благодаря помощи других людей.
44. Большинство моих неудач произошло от неумения, незнания или лени и мало зависело от везения или невезения.

Большое спасибо за участие в опросе!

Бланк личностного дифференциала

Инструкция:

Пожалуйста, ассоциативно оцените характеристики **социально смелой личности** в различных контекстах общения. Положительные значения этих качеств обозначены знаком «+», а отрицательные – знаком «-». Их степень оценивается по семибалльной шкале. Порядок работы с методикой очень прост и заключается в следующем:

- выбор знака того или иного качества;
- определение степени его проявления по баллам:
 - 3 – проявляется очень сильно и очень часто;
 - 2 – выражено достаточно заметно и часто встречается;
 - 1 – проявляется иногда и слабо;
 - 0 – трудно сказать, есть и то, и другое.

На основе выбранных знаков и степени выраженности качества обведите соответствующую цифру в таблице. Помните, что положительные и отрицательные качества людей, приведенные в таблице, постоянно меняются местами. Поэтому будьте внимательны в своих оценках.

Социально смелая личность в реальном общении

1.	Обаятельный	3	2	1	0	1	2	3	Непривлекательный
2.	Слабый	3	2	1	0	1	2	3	Сильный
3.	Разговорчивый	3	2	1	0	1	2	3	Молчаливый
4.	Безответственный	3	2	1	0	1	2	3	Добросовестный
5.	Упрямый	3	2	1	0	1	2	3	Уступчивый
6.	Замкнутый	3	2	1	0	1	2	3	Открытый
7.	Добрый	3	2	1	0	1	2	3	Эгоистичный
8.	Зависимый	3	2	1	0	1	2	3	Независимый
9.	Деятельный	3	2	1	0	1	2	3	Пассивный
10.	Черствый	3	2	1	0	1	2	3	Отзывчивый
11.	Решительный	3	2	1	0	1	2	3	Нерешительный
12.	Вялый	3	2	1	0	1	2	3	Энергичный
13.	Справедливый	3	2	1	0	1	2	3	Несправедливый
14.	Расслабленный	3	2	1	0	1	2	3	Напряженный
15.	Суебливый	3	2	1	0	1	2	3	Спокойный
16.	Враждебный	3	2	1	0	1	2	3	Дружелюбный
17.	Уверенный	3	2	1	0	1	2	3	Неуверенный
18.	Нелюдимый	3	2	1	0	1	2	3	Общительный
19.	Честный	3	2	1	0	1	2	3	Неискренний

20.	Несамостоятельный	3	2	1	0	1	2	3	Самостоятельный
21.	Раздражительный	3	2	1	0	1	2	3	Невозмутимый

Социально смелая личность в интернет-коммуникации

1.	Обаятельный	3	2	1	0	1	2	3	Непривлекательный
2.	Слабый	3	2	1	0	1	2	3	Сильный
3.	Разговорчивый	3	2	1	0	1	2	3	Молчаливый
4.	Безответственный	3	2	1	0	1	2	3	Добросовестный
5.	Упрямый	3	2	1	0	1	2	3	Уступчивый
6.	Замкнутый	3	2	1	0	1	2	3	Открытый
7.	Добрый	3	2	1	0	1	2	3	Эгоистичный
8.	Зависимый	3	2	1	0	1	2	3	Независимый
9.	Деятельный	3	2	1	0	1	2	3	Пассивный
10.	Черствый	3	2	1	0	1	2	3	Отзывчивый
11.	Решительный	3	2	1	0	1	2	3	Нерешительный
12.	Вялый	3	2	1	0	1	2	3	Энергичный
13.	Справедливый	3	2	1	0	1	2	3	Несправедливый
14.	Расслабленный	3	2	1	0	1	2	3	Напряженный
15.	Суетливый	3	2	1	0	1	2	3	Спокойный
16.	Враждебный	3	2	1	0	1	2	3	Дружелюбный
17.	Уверенный	3	2	1	0	1	2	3	Неуверенный
18.	Нелюдимый	3	2	1	0	1	2	3	Общительный
19.	Честный	3	2	1	0	1	2	3	Неискренний
20.	Несамостоятельный	3	2	1	0	1	2	3	Самостоятельный
21.	Раздражительный	3	2	1	0	1	2	3	Невозмутимый

Укажите, пожалуйста, Ваш возраст _____

Спасибо за участие в исследовании!

Социальная смелость в интернет-коммуникации

№		+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	
1	Веселое								Грустное
2	Хорошее								Плохое
3	Полное								Пустое
4	Светлое								Темное
5	Длинное								Короткое
6	Большое								Малое
7	Сильное								Слабое
8	Сложное								Простое
9	Новое								Старое
10	Теплое								Холодное
11	Быстрое								Медленное
12	Активное								Пассивное

Укажите, пожалуйста, Ваш возраст _____

Спасибо за участие в исследовании!

Первичные данные исследования

Расчеты различий по семантическому дифференциалу

веселое О	2,00	<i>f</i>	<i>xf</i>	SS
	-3	0	0	0,00
	-2	1	-2	16,00
	-1	3	-3	27,00
	1	17	17	17,00
	2	29	58	0,00
	3	30	90	30,00

+	80	2	1,139
---	----	---	-------

хорошее О	2,25	<i>f</i>	<i>xf</i>	SS
	-3	0	0	0,00
	-2	1	-2	18,06
	-1	3	-3	31,69
	1	8	8	12,50
	2	27	54	1,69
	3	41	123	23,06

+	80	2,25	1,101
---	----	------	-------

полное О	2,60	<i>f</i>	<i>xf</i>	SS
	-3	0	0	0,00
	-2	0	0	0,00
	-1	1	-1	12,96
	1	3	3	7,68
	2	22	44	7,92
	3	54	162	8,64

+	80	2,6	0,471
---	----	-----	-------

светлое О	1,15	<i>f</i>	<i>xf</i>	SS
	-3	1	-3	17,22
	-2	3	-6	29,77
	-1	12	-12	55,47
	1	17	17	0,38
	2	45	90	32,51
	3	2	6	6,85

+	80	1,15	1,800
---	----	------	-------

длинное С	-0,50	<i>f</i>	<i>xf</i>	SS
	-3	2	-6	12,50
	-2	17	-34	38,25
	-1	33	-33	8,25
	1	24	24	54,00
	2	3	6	18,75
	3	1	3	12,25

1,75	<i>f</i>	<i>xf</i>	SS
-3	0	0	0,00
-2	1	-2	14,06
-1	3	-3	22,69
1	26	26	14,63
2	31	62	1,94
3	19	57	29,69

+	80	1,75	1,051
---	----	------	-------

2,00	<i>f</i>	<i>xf</i>	SS
-3	0	0	0,00
-2	1	-2	16,00
-1	3	-3	27,00
1	19	19	19,00
2	25	50	0,00
3	32	96	32,00

+	80	2	1,190
---	----	---	-------

2,50	<i>f</i>	<i>xf</i>	SS
-3	0	0	0,00
-2	0	0	0,00
-1	1	-1	12,25
1	6	6	13,50
2	24	48	6,00
3	49	147	12,25

+	80	2,5	0,557
---	----	-----	-------

1,05	<i>f</i>	<i>xf</i>	SS
-3	1	-3	16,40
-2	3	-6	27,91
-1	13	-13	54,63
1	22	22	0,06
2	39	78	35,20
3	2	6	7,61

+	80	1,05	1,795
---	----	------	-------

-1,00	<i>f</i>	<i>xf</i>	SS
-3	2	-6	8,00
-2	37	-74	37,00
-1	23	-23	0,00
1	14	14	56,00
2	3	6	27,00
3	1	3	16,00

большое С	+	80	-0,5	1,823
	2,10	<i>f</i>	<i>xf</i>	<i>SS</i>
	-3	0	0	0,00
	-2	1	-2	16,81
	-1	3	-3	28,83
	1	12	12	14,52
	2	31	62	0,31
	3	33	99	26,73

сильное С	+	80	2,1	1,104
	2,70	<i>f</i>	<i>xf</i>	<i>SS</i>
	-3	0	0	0,00
	-2	0	0	0,00
	-1	1	-1	13,69
	1	7	7	20,23
	2	6	12	2,94
	3	66	198	5,94

сложное С	+	80	2,7	0,542
	-1,30	<i>f</i>	<i>xf</i>	<i>SS</i>
	-3	2	-6	5,78
	-2	47	-94	23,03
	-1	20	-20	1,80
	1	7	7	37,03
	2	3	6	32,67
	3	1	3	18,49

новое А	+	80	-1,3	1,504
	-2,40	<i>f</i>	<i>xf</i>	<i>SS</i>
	-3	50	-150	18,00
	-2	21	-42	3,36
	-1	5	-5	9,80
	1	3	3	34,68
	2	1	2	19,36
	3	0	0	0,00

теплое А	+	80	-2,4	1,078
	2,70	<i>f</i>	<i>xf</i>	<i>SS</i>
	-3	0	0	0,00
	-2	0	0	0,00
	-1	1	-1	13,69
	1	6	6	17,34
	2	8	16	3,92
	3	65	195	5,85

быстрое А	+	80	2,7	0,516
	2,10	<i>f</i>	<i>xf</i>	<i>SS</i>
	-3	0	0	0,00

+	80	-1	1,823
1,90	<i>f</i>	<i>xf</i>	<i>SS</i>
-3	0	0	0,00
-2	1	-2	15,21
-1	3	-3	25,23
1	21	21	17,01
2	29	58	0,29
3	26	78	31,46

+	80	1,9	1,129
2,70	<i>f</i>	<i>xf</i>	<i>SS</i>
-3	0	0	0,00
-2	0	0	0,00
-1	1	-1	13,69
1	5	5	14,45
2	10	20	4,90
3	64	192	5,76

+	80	2,7	0,491
-1,60	<i>f</i>	<i>xf</i>	<i>SS</i>
-3	2	-6	3,92
-2	65	-130	10,40
-1	5	-5	1,80
1	4	4	27,04
2	3	6	38,88
3	1	3	21,16

+	80	-1,6	1,306
-2,30	<i>f</i>	<i>xf</i>	<i>SS</i>
-3	43	-129	21,07
-2	27	-54	2,43
-1	6	-6	10,14
1	3	3	32,67
2	1	2	18,49
3	0	0	0,00

+	80	-2,3	1,073
2,80	<i>f</i>	<i>xf</i>	<i>SS</i>
-3	0	0	0,00
-2	0	0	0,00
-1	1	-1	14,44
1	4	4	12,96
2	4	8	2,56
3	71	213	2,84

+	80	2,8	0,415
1,70	<i>f</i>	<i>xf</i>	<i>SS</i>
-3	0	0	0,00

-2	1	-2	16,81
-1	3	-3	28,83
1	5	5	6,05
2	45	90	0,45
3	26	78	21,06

+	80	2,1	0,927
---	----	-----	-------

активное
А

2,40	<i>f</i>	<i>xf</i>	<i>SS</i>
-3	0	0	0,00
-2	1	-2	19,36
-1	3	-3	34,68
1	5	5	9,80
2	21	42	3,36
3	50	150	18,00

+	80	2,4	1,078
---	----	-----	-------

-2	1	-2	13,69
-1	3	-3	21,87
1	22	22	10,78
2	43	86	3,87
3	11	33	18,59

+	80	1,7	0,871
---	----	-----	-------

2,90	<i>f</i>	<i>xf</i>	<i>SS</i>
-3	0	0	0,00
-2	0	0	0,00
-1	1	-1	15,21
1	1	1	3,61
2	2	4	1,62
3	76	228	0,76

+	80	2,9	0,268
---	----	-----	-------